



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**EXPORTACIÓN DE ALFAJORES DE MAICENA CON RELLENO
DE MANJAR DE FREJOL COLADO AL MERCADO DE ESTADOS
UNIDOS, CALIFORNIA, LOS ÁNGELES**

**PRESENTADA POR
SANDY BLANCA QUISPE AGUILAR**

**PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LIMA – PERÚ

2017



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

La autora solo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y RECURSOS HUMANOS

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

EXPORTACIÓN DE ALFAJORES DE MAICENA CON RELLENO DE
MANJAR DE FREJOL COLADO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS,
CALIFORNIA, LOS ÁNGELES.

Presentado por:

BACHILLER: QUISPE AGUILAR SANDY BLANCA

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Lima - Perú

2017

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a mi familia por apoyarme en todo momento en la realización de este proyecto, en especial a mis padres de ellos aprendí a no rendirse ante nada y si uno se decide, puede lograr lo que se propone, y a mi amiga Cinthya Mori Rabanal por siempre apoyarme en todo momento y sé que desde el cielo me guía y cuida.

AGRADECIMIENTOS

En el camino de la carrera universitaria uno puede encontrarse con muchas trabas pero ante todo se debe salir adelante a base de esfuerzo, dedicación y sobre todo pasión por lo que uno hace y no lo hubiera logrado sino fuera por las personas que estuvieron motivándome cada día para salir adelante y alcanzar la meta final que es la titulación.

A mis padres, por siempre comprenderme, apoyarme e impulsarme a seguir adelante, que todo depende de nosotros mismos solo es cuestión de decisión, compromiso y mucho esfuerzo. Darle gracias a mi madre por su amor y apoyo incondicional porque soy lo que soy gracias a ella.

A mis hermanas por apoyarme en realizar este proyecto y creer siempre en mí.

A mi asesor, por brindarme sus conocimientos, apoyo y guiarme en cada paso de la titulación.

A mi novio, por sus consejos los cuales me ayudaron mucho en cada momento y sobre todo su apoyo constante en cada momento que lo necesite. Gracias por tu tiempo y preocupación.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	7
1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN	9
2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES.....	9
2.1. Nombre o razón social.....	9
2.2. Ubicación Económica o codificación internacional (CIU).	9
2.3. Ubicación y factibilidad municipal y sectorial.....	9
2.4. Objetivos de la empresa, principios de la empresa en marcha	11
2.5. Ley de Mypes, Micro y Pequeña empresa, características.	13
2.6. Estructura orgánica.....	14
2.7. Cuadro de Asignación de personal.....	17
2.8. Forma Jurídica empresarial.	18
2.9. Registro de marca y procedimiento en INDECOPI.	19
2.10. Requisitos y trámites municipales.....	20
2.11. Régimen tributario procedimiento de la obtención del RUC y modalidades.	25
2.12. Registro de planillas electrónica (PLAME).	26
2.13. Régimen laboral especial y general laboral.....	28
2.14. Modalidades de contratos laborales.	29
2.15. Contratos comerciales y responsabilidad civil de accionistas.....	31
2.16. Análisis FODA.....	34
3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL.....	35
3.1. Descripción del producto.	35
3.1.1. Clasificación arancelaria.	35
3.1.2. Propuesta de valor	36
3.1.3. Ficha técnica comercial.....	37
3.2. Investigación de mercado objetivo.....	38
3.2.1. Segmentación de mercado objetivo.....	40
3.2.2. Tendencias de consumo	50
3.3. Análisis de la oferta y demanda	53

3.3.1.	Análisis de la oferta.....	53
3.3.2.	Análisis de la demanda.....	58
3.4.	Estrategias de ventas y distribución	62
3.4.1.	Estrategias de segmentación.....	62
3.4.2.	Estrategias de posicionamiento	63
3.4.3.	Estrategias de distribución	64
3.5.	Estrategia de promoción.....	65
3.6.	Tamaño de planta. Factores condicionantes.....	66
4.	PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL	67
4.1.	Envases, empaques y embalajes.....	67
4.2.	Diseño de rotulado y marcado.....	70
4.2.1.	Diseño de rotulado	70
4.2.2.	Diseño de marcado	72
4.3.	Unitarización y cubicaje de la carga.....	75
4.4.	Cadena de DFI de exportación / importación.....	77
4.5.	Seguro de mercancías.....	92
5.	PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL	93
5.1.	Fijación de precios	93
5.1.1.	Costos y precios	93
5.1.2.	Cotización internacional.....	97
5.2.	Contrato de compra venta internacional (exportación)	99
5.3.	Elección y aplicación del INCOTERM.....	99
5.4.	Determinación del medio de pago y cobro.....	101
5.5.	Elección del régimen de exportación	104
5.6.	Gestión Aduanera del comercio internacional	105
5.7.	Gestión de las operaciones de exportación. Flujograma	107
6.	PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	108
6.1.	Inversión fija	108
6.1.1.	Activos tangibles.....	108
6.1.2.	Activos intangibles.....	109
6.2.	Capital de trabajo	109
6.3.	Inversión total.....	110

6.4.	Estructura de inversión y financiamiento	111
6.5.	Fuentes financieras y condiciones de crédito	111
6.6.	Presupuesto de costos.....	112
6.7.	Punto de equilibrio	114
6.8.	Presupuesto de ingresos	115
7.1.	Presupuesto de egresos.....	115
8.1.	Flujo de caja proyectado	115
8.2.	Estado de ganancias y pérdidas.....	116
8.3.	Evaluación de la inversión	116
8.3.1.	Evaluación económica.....	116
8.3.2.	Evaluación financiera	117
8.3.3.	Evaluación social.....	117
8.3.4.	Impacto ambiental	118
8.4.	Evaluación de costo de oportunidad de capital de trabajo	118
8.5.	Cuadro de riesgo de tipo de cambio	119
9.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	120
9.1.	Conclusiones	120
9.2.	Recomendaciones.....	121
	BIBLIOGRAFÍA.....	122
	ANEXOS.....	124

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 01: Mapa de ubicación del local comercial	11
Figura N° 02: Estructura orgánica de SACIFE EXPORT S.A.C.....	14
Figura N° 03: Mapa de Estados Unidos	41
Figura N° 04: Mapa de California	47
Figura N° 05: Mapa de Los Ángeles	48
Figura N° 06: Segmentación de mercado objetivo.....	63
Figura N° 07: Canal de distribución de SACIFE EXPORT S.A.C.....	65
Figura N° 08: Empaque de SACIFE EXPORT S.A.C	68
Figura N° 09: Embalaje de SACIFE EXPORT S.A.C	69
Figura N° 010: Rotulado nutricional del alfajor de maicena con relleno de frejol colado... 71	
Figura N° 011: Rotulado general del alfajor de maicena	¡Error! Marcador no definido.
Figura N° 012: Empaque de la empresa SACIFE EXPORT S.A.C.....	74
Figura N° 013: Modelo de instalaciones de SACIFE EXPORT S.A.C	80
Figura N° 014: Proceso productivo	84
Figura N° 015: Costo variable.....	95
Figura N° 016: Política de precios.....	97
Figura N° 017: Incoterm FOB	100
Figura N° 018: Riesgo en el medio de pago.....	102
Figura N° 019: Proceso de despacho aduanero	106
Figura N° 020: Flujograma de exportación	107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 01: Cuadro comparativo de distritos.....	10
Tabla N° 02: Cuadro de asignación de personal	17
Tabla N° 03: Cuadro de aportación económica en \$.....	18
Tabla N° 04: Planilla electrónica	27
TablaN°05:Análisis FODA.....	33
Tabla N° 06: Clasificación arancelaria.....	35
Tabla N° 07: Ficha técnica comercial	37
Tabla N° 08: Principales importadores mundiales de la partida 190590	38
Tabla N° 09: Principales destinos de las exportaciones de la partida 1905909000	39
Tabla N° 10: Exportaciones peruanas de la subpartida Nacional 1905909000 en el año 2016	40
Tabla N° 011: Indicadores de crecimiento de Estados Unidos	42
Tabla N° 012: Cuadro de Estados de USA	43
Tabla N° 013: Consumo de la partida 19059090 por estado.....	44
Tabla N° 014: Cuadro comparativo por estados	45
Tabla N° 015: Principales distribuidores en Los Ángeles.....	49
Tabla N° 016: Segmentación de mercado objetivo	52
Tabla N° 017: Demanda total del producto.....	53
Tabla N° 018: Principales países exportadores de la partida 19.05.90	54
Tabla N° 019: Principales exportaciones peruanas de la partida 19.05.90.90	56
Tabla N° 020: Indicadores comerciales de la partida 19.05.90.90.00.....	57
Tabla N° 021: Principales empresas exportadoras de la partida N° 19.05.90.90.00.....	58
Tabla N° 022: Principales países importadores de la partida 190590	59
Tabla N° 023: Principales países importadores de la partida 190590	60
Tabla N° 024: Demanda de EE.UU de la partida 19.05.90.90.00 en kilogramos del año 2012 al 2016	61
Tabla N° 025: Métodos de mínimos cuadrados	61
Tabla N° 026: Demanda proyectada del mercado en kilogramos	62
Tabla N° 027: Marcas de información	73
Tabla N° 028: Unitarización de la carga	75
Tabla N° 029: Detalle de la Unitarización de la carga	76

Tabla N° 030: Cuadro de proveedores	78
Tabla N° 031: Cuadro comparativo de proveedores	82
Tabla N° 032: Requisitos de acceso al mercado	85
Tabla N° 033: Cuadro comparativo de operadores logísticos	89
Tabla N° 034: Plan de logística internacional	91
Tabla N° 035: Análisis de precio de la empresa San Roque	94
Tabla N° 036: Precio de venta unitario	95
Tabla N° 037: Tipos de carta de crédito.....	104
Tabla N° 038: Activos tangibles en S/.	108
Tabla N° 039: Activos intangibles en S/.	109
Tabla N° 040: Capital de trabajo.....	109
Tabla N° 041: Plan de inversión	110
Tabla N° 042: Financiamiento de la inversión.....	111
Tabla N° 043: Amortización	111
Tabla N° 044: Costos administrativos.....	112
Tabla N° 045: Costos de venta.....	112
Tabla N° 046: Costos operaciones	113
Tabla N° 047: Determinación del punto de equilibrio	114
Tabla N° 048: Determinación del precio de venta	114
Tabla N° 049: Presupuesto de ingresos.....	115
Tabla N° 050: Presupuesto de egresos	115
Tabla N° 051: Flujo de caja proyectado.....	115
Tabla N° 052: Estado de resultados	116
Tabla N° 053: Van y Tir económico	116
Tabla N° 054: Van y Tir financiero	117
Tabla N° 055: Costo de oportunidad.....	118
Tabla N° 056: Cuadro de riesgo.....	119

RESUMEN EJECUTIVO

En el Perú, las galletas y sus derivados se exportan principalmente sin ningún valor agregado, son procesados en el territorio nacional hacia el país al cual será exportado. La iniciativa de elaborar este plan de negocios internacionales es para ofrecer un producto clásico y hacerlo innovador con un valor agregado.

En el presente plan de negocios se evalúa la factibilidad de la exportación de los alfajores de maicena con relleno de manjar de frejol colado al mercado de Los Ángeles, California, Estados Unidos.

El plan organizacional y aspectos legales es el primer capítulo el cual se detalla la constitución de la empresa y sus principales características, el nombre de la empresa será SACIFE EXPORT S.A.C y se acogerá a la ley MIPYME N°30056 porque cumple con las características de una microempresa. El local de la empresa se encontrará en el distrito de San Martín de Porres debido a que es una zona estratégica porque se encuentra cerca al puerto del Callao.

El segundo capítulo, plan de marketing, se realizó la investigación de mercado del país destino, el cual es Estados Unidos, el producto se dirigirá específicamente al estado de California. El perfil del consumidor son hombres y mujeres entre 18 a 45 años que buscan alimentos naturales. Además, se investigó los requisitos necesarios para que el producto ingrese al mercado destino sin ningún percance.

En el tercer y cuarto capítulo se definió el contrato a utilizar, medio de pago, las responsabilidades de ambas partes y los distintos procesos logísticos a tomar en cuenta, a fin de determinar la cadena de distribución física internacional.

Por último, el plan financiero, se encuentra el análisis de los estados financieros, flujos de caja, análisis de sensibilidad para hallar el precio de venta adecuado al mercado. Demostrando que el proyecto es viable debido a que se obtuvo un VAN positivo de \$ 120,646.84 y un TIR de 38%.

1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1.Nombre o razón social.

El nombre y razón social de la empresa será: SACIFE EXPORT S.A.C. Se escogió este nombre porque son iniciales de un familiar, es concreto y conciso para que nuestros clientes nos recuerden y reconozcan rápidamente.

2.2.Ubicación Económica o codificación internacional (CIU).

De acuerdo al sistema de Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIU), el código de la actividad económica de SACIFE EXPORT S.A.C.es el siguiente:

- SECCIÓN C: INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
- CÓDIGO C10: ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS
- GRUPO 107: ELABORACIÓN DE OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS
- CLASE 1079: ELABORACIÓN DE OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS

n.c.p.

2.3.Ubicación y factibilidad municipal y sectorial.

La empresa SACIFE EXPORT S.A.C tuvo que elegir entre cuatro distritos, por los criterios que se explican debajo, esta empresa tiene en una planta de 100 metros cuadrados, que funcionará como oficina principal. Se escogió esta opción por el buen precio, comodidad y seguridad.

Calificación: Rango de 0 (muy malo) – 5 (muy bueno)

Tabla N° 01: Cuadro comparativo de distritos

CRITERIOS	Nota de importancia	Puntaje	Los Olivos	Puntaje	San Martín de Porres	Puntaje	Cercado de Lima	Puntaje	Comas
Cercanía a socios de la empresa	0.3	3	0.9	3	0.9	2	0.6	2	0.6
Cercanía a proveedor	0.2	3	0.6	4	0.8	2	0.4	3	0.6
Costo de Instalación	0.15	2	0.3	3	0.45	3	0.45	4	0.6
Transporte Interno	0.1	3	0.3	4	0.4	3	0.3	2	0.2
Costo de alquiler	0.15	2	0.3	3	0.45	4	0.6	3	0.45
Cercanía a Puerto	0.1	3	0.3	4	0.4	2	0.2	2	0.2
PUNTAJE TOTAL	1.00		2.7		3.4		2.55		2.65

Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos el distrito que tiene mayor puntaje es el distrito de San Martín de Porres, siendo la mejor alternativa de localización.

UBICACIÓN:

DEPARTAMENTO: LIMA

DISTRITO: SAN MARTÍN DE PORRES

DIRECCIÓN: AV CANTACALLAO N° 940 San Martín de Porres.

Valores:

- **Honestidad:** Se ofrecerá al cliente lo estipulado en el contrato y/o cierre de la negociación porque se busca establecer una relación de confianza con cada uno de nuestros clientes.
- **Puntualidad:** Se cumplirá con las entregas en los tiempos estipulados en el contrato.
- **Responsabilidad:** Cumplir con el producto solicitado y en el tiempo indicado por los clientes.
- **Respeto:** Cada miembro de la empresa debe respetar y apoyar el trabajo de su compañero, entendiendo que el logro de uno es el logro de todos.

Objetivos:

- Incrementar nuestras ventas en los próximos 3 años, lo lograremos creando alianzas con nuevos distribuidores en otros 3 estados como Texas, Nueva York y Florida.
- Lograr una mayor participación en el mercado de California en un año, lo lograremos ofreciendo al mercado un producto diferenciado a lo tradicional.
- Establecerse en el mercado internacional y abrir sucursales en las principales ciudades de Estados Unidos, lo lograremos teniendo un canal de distribución directo creando lazos comerciales con supermercados.
- Tener nuestra propia planta de procesamiento, este objetivo lo lograremos debido a la demanda que tendremos en los próximos 3 años.

- A largo plazo buscamos posicionarnos en Texas porque es el segundo estado con mayor población, esto lo lograremos brindando mayor diversificación de productos.

Principios

- **Innovación:** Se buscará estar acorde a los cambios en el mercado internacional en cuanto a procesos de gestión y logística.
- **Eficiencia:** Se buscará disponer correctamente de cada uno de los recursos con lo que cuenta la empresa, llamase recursos materiales como humanos, se distribuirán las fuerzas equitativamente para que cada labor sea desarrollado con éxito.
- **Proactividad:** Se requiere desarrollar una habilidad para anticiparnos a las situaciones a retos a los que tengamos que enfrentarnos, tener el control de las situaciones y no ser presa de ellas.

2.5. Ley de Mype, Micro y Pequeña empresa, características.

Según SUNAT (2017) la ley N° 30056, en la actualidad vigente, publicada el 02 de julio del año 2013 en el diario EL PERUANO. Dicha Ley modifica diversas otras leyes con el fin de facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. Por lo que actualmente, el tipo de empresas, ya no se definirán por su número de trabajadores, de ahora en adelante se definirán por el tamaño de sus ventas, por ejemplo, una microempresa será aquella que tienen ventas anuales de un máximo de 150 UIT pero menores a 1,700 UIT (S/. 6,715,000). Mencionado lo anterior, SACIFE EXPORT S.A.C, se acogerá a la Ley MiPyme porque cumple con las características de una microempresa. Una de ellas es que las

ventas anuales excederán de 150 UIT Unidades Impositivas Tributarias (UIT = 4,050 soles para el año 2017).

2.6. Estructura orgánica.

En cuanto a la estructura orgánica de SACIFE EXPORT S.A.C., sea considerado una estructura de tipo funcional, debido a que se asignarán cargos en función a las actividades a las actividades que realicen dentro de la empresa. Para iniciar solo contaremos con algunos cargos indispensables y conforme la empresa se vaya requiriendo se irá incrementando el personal.

Entonces nuestro diagrama de jerarquía se distribuirá de la siguiente forma:

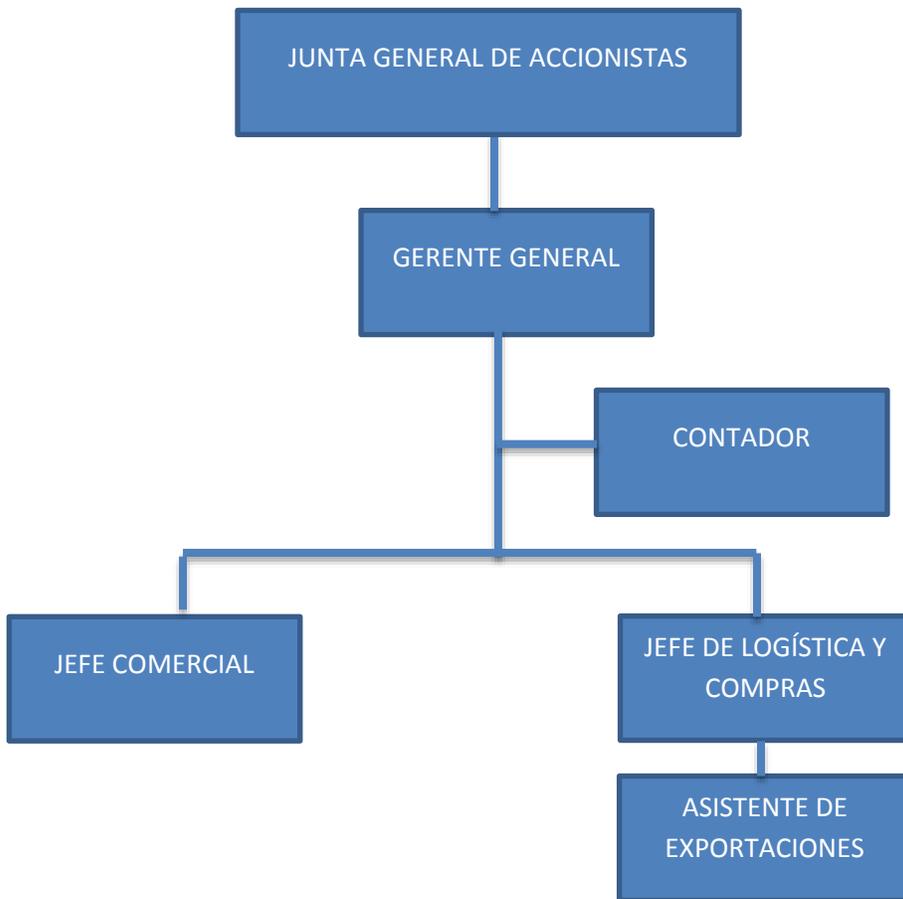


Figura N° 02: Estructura orgánica de SACIFE EXPORT S.A.C

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se detalla las funciones de cada funcionario:

- **Junta General de accionistas:** Es el órgano integrado por sus accionistas, los cuales se reunirán para deliberar y tomar decisiones en beneficio de la empresa. Se realizarán 2 reuniones anuales: ordinaria y extraordinaria.
- **Gerencia general:** Entre sus principales funciones está el ser el representante legal de la empresa, está encargado también de organizar, planificar y ejecutar las estrategias para cumplir con los objetivos propuestos, además deberá administrar con eficiencia los recursos de la empresa, llámese humanos y materiales para el cumplimiento de la misión y visión estipulada.

Requisitos:

- ❖ Profesional titulado en la carrera de Administración, Economía.
- ❖ Que tenga 3 años de experiencia como mínimo en cargos similares
- ❖ Estudio del idioma inglés a nivel avanzado.
- **Jefe comercial:** (haciendo uso del E-commerce), se encargará de cerrar el trato con ellos y lograr una relación de confianza con cada uno de nuestros clientes.

Requisitos:

- Profesional titulado en la carrera de Marketing.
- Que tenga 2 año de experiencia como mínimo en cargos similares
- Estudio del idioma inglés a nivel avanzado.

- **Jefe de logística:** Tendrá dos responsabilidades importantes, en primer lugar se encargará de coordinar con nuestros proveedores para desarrollar nuestro producto y por otro lado se encargará de coordinar la entrega a tiempo de los productos y en las mejores condiciones a nuestro cliente. Para eso trabajará con 1 asistente de exportaciones

Requisitos:

- Profesional titulado en la carrera de Marketing.
- Que tenga 2 año de experiencia como mínimo en cargos similares
- Estudio del idioma inglés a nivel avanzado.
- **Asistente de exportaciones:** Se encargará de darle seguimiento a la carga y apoyar en los procesos de aduanas y logístico.

Requisitos:

- Profesional egresado de la carrera de Administración de negocios internacionales.
- Que tenga 1 año de experiencia como mínimo en cargos similares
- Estudio del idioma inglés a nivel avanzado.
- **Contador:** Realizará todos los registros de los movimientos de compras y ventas, se encargará de la elaboración y registro de los libros contables.

Requisitos

- Contador Público Colegiado
- Que tenga 3 años de experiencia como mínimo como contador general.
- Estudio del idioma inglés a nivel avanzado.

2.7. Cuadro de Asignación de personal.

Tabla N° 02: Cuadro de asignación de personal (Régimen laboral especial).

SACIFE EXPORT S.A.C								
Cod.	Cargo	SUELDO	PAGO ANUAL	VACACIONES	GRATIFICACIONES	CTS	Aportaciones	TOTAL A PAGAR
							ESSALUD	
							9%	
1	Gerente General	S/. 4,500.00	S/. 54,000.00	S/. 2,250.00	NO APLICA	NO APLICA	S/. 4,860.00	S/. 61,110.00
2	Contadora	S/. 2,000.00	S/. 24,000.00	S/. 1,000.00	NO APLICA	NO APLICA	S/. 2,160.00	S/. 27,160.00
3	Analista de logística	S/. 1,500.00	S/. 18,000.00	S/. 750.00	NO APLICA	NO APLICA	S/. 1,620.00	S/. 20,370.00
4	Analista comercial	S/. 1,500.00	S/. 18,000.00	S/. 750.00	NO APLICA	NO APLICA	S/. 1,620.00	S/. 20,370.00
5	Asistente de exportaciones	S/. 1,000.00	S/. 12,000.00	S/. 500.00	NO APLICA	NO APLICA	S/. 1,080.00	S/. 13,580.00
		S/. 10,500.00					S/. 11,340.00	S/. 142,590.00

Fuente: Elaboración propia

2.8. Forma Jurídica empresarial.

La empresa estará constituida como persona jurídica bajo la modalidad de “Sociedad Anónima Cerrada” debido que sus características se ajustan al perfil de la empresa. Se conformará por dos socios y el aporte del capital será en efectivo. A continuación, el detalle del aporte de cada socio:

Tabla N° 03: Cuadro de aportación económica en \$

Nombre del socio	Capital social	%
Sandy Quispe Aguilar	15,207.44	60
Cinthya Mori Rabanal	10,138.28	40
Total	25,345.72	100

De la tabla anterior se observa que el capital social es de 25,345.72 dólares que representa el 50% de la inversión total para iniciar las actividades de la empresa, por lo tanto, el 50 % restante será financiado por el Banco de Crédito.

Con respecto a la forma jurídica empresarial tenemos una sociedad de 02 miembros bajo la SOCIEDAD ANONIMA CERRADA y se escogió esta forma jurídica debido a que:

- Es una buena alternativa para empresas familiares (de 02 a 20 accionistas)
- Se constituye por los fundadores al momento de otorgarse la escritura pública que contiene el pacto social y el estatuto, en cuyo caso suscriben íntegramente las acciones.

- El capital social está representado por acciones que vienen a ser los aportes (en bienes y/o en efectivo) de los socios, quienes no responden personalmente por las deudas sociales.

2.9. Registro de marca y procedimiento en INDECOPI.

En cuanto a los requisitos para la solicitud de registro de marca de nuestro producto. Según (INDECOPI, 2017) necesitaremos cumplir con los siguientes requisitos:

- Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la autoridad y uno para el Administrativo).
- Indicar datos de identificación del solicitante:
 1. Para el caso de personas naturales: consignar el número de Documento Nacional de Identidad (DNI) o Carné de Extranjería (CE) e indicar el número de Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
 2. Para el caso de personas jurídicas: consignar el número de Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
 3. En caso de contar con un representante, se deberá de indicar sus datos de identificación y será obligado presentar el documento de poder.
- Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).
- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denotativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros):

✓ Si la marca es mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (3 copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).

✓ De ser posible se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: logos-dsd@indecopi.gob.pe (Formato sugerido: JPEG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles).

- Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen (Clasificación de Niza).

- En caso de una solicitud multiclase, los productos y/o servicios se deben indicar agrupados por la clase, precedidos por el número de clase correspondiente y en orden estipulado por la Clasificación Internacional de Niza.

2.10. Requisitos y trámites municipales.

(MunLima, 2016) En cuanto a los trámites documentarios a realizar para la formalización y constitución de nuestra empresa, tenemos los siguientes:

a. Búsqueda y reserva del nombre de la empresa en Registros

Públicos:

En primer lugar necesitamos un nombre para la empresa que deseamos crear, porque no puede ser nombres de empresas que ya existen, debemos acudir a la Oficina de Registros Públicos en este caso SUNARP, y verificar que

no exista en el mercado un nombre o razón social igual a la que queremos para nuestra empresa.

La búsqueda de nombre en cualquiera de las oficinas registrales de la SUNARP. El trámite tiene un costo de S/. 4.00 (por cada nombre que se desee buscar), los resultados los entregan el mismo día. Una vez que se tenga una respuesta positiva en la búsqueda de nombre, se realizará la Reserva de nombre s de S/. 18.00, permitiendo que durante los próximos 30 días nadie pueda utilizar el nombre en reserva.

b. Elaboración de la minuta:

Según (SUNAT, 2017) La minuta es un documento en el cual los miembros de la sociedad manifiestan su voluntad de constituir la empresa y en donde se señalan todos los acuerdos respectivos. La minuta consta del pacto social y los estatutos además de los insertos que se puedan adjuntar a ésta.

Los elementos fundamentales de dicha minuta son:

- Lo generales de ley de cada socio (sus datos personales, nombres, edades, documentos de identificación, etc.)
- El giro de la sociedad.
- El tipo de empresa o sociedad (S.A.C)
- El tiempo de duración de la sociedad (plazo fijo o indeterminado).
- La fecha en la que se va a dar inicio a las actividades comerciales.
- El lugar en donde va funcionar la sociedad (domicilio comercial).
- La denominación o razón social comercial.

- El lugar en donde van a funcionar las agencias o sucursales (si es que las hubieran).
- La persona que va administrar o representar la sociedad.
- Los aportes de cada socio. Los cuales pueden ser:
- Bienes dinerarios: Dinero y sus medios sustitutos tales como cheques, pagares, letras de cambio, etc.
- Bienes no dinerarios: Inmuebles o muebles tales como escritorios, mesas, sillas, etc.
- Otros acuerdos que establezcan los socios: Es recomendable elaborar la minuta con la ayuda de un abogado de confianza.

c. Elevar minuta a escritura pública:

Una vez redactada la minuta, debemos llevarla a una notaría para que un notario público la revise y la eleve a escritura pública. Por lo general, los documentos a llevar junto con la minuta son:

- La constancia o comprobante de depósito del capital aportado a una cuenta bancaria a nombre de la empresa.
- Un inventario detallado y valorizado de los bienes dinerarios.
- El certificado de búsqueda Mercantil emitido por la oficina de Registros Públicos de la existencia de una razón social igual o similar.
- Una vez elevada la minuta, ésta no se puede cambiar. Al final se genera la Escritura Pública, testimonio de Sociedad o Constitución Social, que es el documento que da fe que la minuta es legal, la cual debe estar firmada y sellada por el notario.

d. Inscribir Escritura Pública en Registros Públicos:

Una vez que hemos obtenido la Escritura Pública, debemos llevarla a la Oficina de Registros Públicos en donde se realizarán los trámites necesarios para inscribir la empresa en los Registros Públicos. La persona Jurídica existe a partir de su inscripción en los Registros Públicos.

e. Obtención del número del RUC:

El registro Único de Contribuyentes (RUC) es lo que identifica a una persona o empresa ante la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) para el pago de los impuestos.

Toda persona Natural o Jurídica está obligada a inscribirse en el RUC, de lo contrario será sancionada de acuerdo con el Código Tributario, igual que los inscritos en el RUC que no presenten la declaración.

f. Elegir Régimen Tributario

En la misma SUNAT, a la vez, que tramitamos la obtención del RUC, debemos determinar a que régimen tributario nos vamos a acoger para el pago de los impuestos, para nuestro caso nos acogeremos al Régimen general.

Una vez que contamos con nuestro número de RUC y hemos elegido un Régimen tributario, podemos imprimir los comprobantes de pago (boleta y/o factura) que vamos a utilizar.

g. Comprar y legalizar libros contables

En este caso compramos los libros contables necesarios dependiendo del régimen tributario al cual nos hayamos acogido y, posteriormente, los llevamos a una notaría para que sean legalizados por un notario público.

h. Inscribir trabajadores en ESSALUD

En este caso registramos a nuestros trabajadores ante el Seguro Social de Salud (ESSALUD) a través de un formulario que podemos obtener en la misma SUNAT. Este registro le permite a los trabajadores acceder a las prestaciones que otorga dicha entidad.

i. Solicitud de licencia Municipal

En este caso acudimos a la municipalidad del distrito en donde va estar ubicada físicamente nuestra empresa, y tramitamos la obtención de la licencia de funcionamiento.

Por lo general, los documentos que debemos presentar son:

- 01 fotocopia del RUC
- Llenado y presentación de un único formulario gratuito denominado solicitud – Declaración Jurada (bajo la Ordenanza N° 185 – 2014/MDLV).
- Certificado de zonificación (zona industrial, zona comercial, zona residencial, etc)
- Certificado de Defensa Civil.
- Un croquis de la ubicación de la empresa.
- Una copia del contrato de alquiler o del título de propiedad del local.
- Una copia de la escritura Pública.
- Recibo de pago por derecho de licencia:

- Expedidos por la Municipalidad de San Martín de Porres:
 - Inspección técnica de seguridad en edificaciones ITSE básica (Ex post – Ex ante) S/.181.90
 - Inspección técnica de seguridad en edificaciones ITSE Detalle S/. 39.00
- Expedido por la Municipalidad de Lima Metropolitana:
 - Inspección técnica de seguridad en edificaciones ITSE Multidisciplinaria S/. 39.00.

2.11. Régimen tributario procedimiento de la obtención del RUC y modalidades.

(SUNAT, 2017) Para el caso de la persona jurídica, como nuestra empresa, el representante legal debe exhibir ante la SUNAT lo siguiente:

- Original del DNI
- Original de uno de los siguientes documentos: recibo de agua, teléfono fijo, luz, televisión por cable cuya fecha de vencimiento de pago se encuentre comprendida en los últimos dos meses; o la última declaración jurada de autovalúo del local donde funcionará el establecimiento.
- Original o copia simple del Testimonio de Escritura Pública de Constitución inscrita en los Registros Públicos.

Si el trámite lo realiza una persona autorizada para tal efecto, exhibirá adicionalmente su documento de identidad original y, presentará una carta

poder con firma legalizada notarialmente o autenticada por fedatario de la SUNAT y de los siguientes formularios:

- Formulario N° 2119: Firmado por el representante Legal
- Formulario N° 2054: Solicitud de inscripción del Gerente General y

los representantes legales de la sociedad, de acuerdo con lo establecido en su Estatuto.

- Formulario N° 2046: Siempre y cuando tuviera locales adicionales al domicilio fiscal.

2.12. Registro de planillas electrónica (PLAME).

(SUNAT, 2017) Se trata de presentar planillas como un documento a través de los medios informáticos desarrollados por la SUNAT, en el que se encuentra la información de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal de información – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros.

A partir del 01-08-2011 la planilla electrónica tiene dos componentes que son el registro de información laboral (T-registro) y la planilla mensual de pagos (PLAME).

Tabla N° 04: Planilla electrónica

PLANILLA ELECTRONICA	DESCRIPCION	DESCRIPCIÓN	MEDIO DE ACCESO
T - REGISTRO	Registro de información laboral	Es el registro de información laboral de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación - modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros.	A través de la clave SOL, OPCIÓN MI RUC Y OTROS REGISTROS.
PLAME	Planilla mensual de pagos	Comprende información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y derechohabientes.	Se descarga el programa en www.Sunat.gob.pe , se elabora, genera archivo y se envía en SUNAT, Operaciones en Línea.

FUENTE: (SUNAT, 2017)

Elaboración propia

2.13. Régimen laboral especial y general laboral.

(Pymex, 2015) El régimen laboral especial fue creado por la ley N° 28015 que promueve la formalización y desarrollo de las MICROEMPRESAS, facilita el acceso a los derechos laborales y de seguridad social tanto a los trabajadores como a los empleadores.

Con este régimen laboral se puede contratar personal nuevo o incorporar en la plantilla a aquellas que se encuentran laborando en la MICROEMPRESA.

Los trabajadores contratados bajo el régimen laboral General del D.S. N° 003-97-TR (T.U.O Decreto legislativo 728), que sean despedidos con la finalidad exclusiva de ser reemplazados por otros trabajadores dentro del régimen laboral especial, tendrán derecho al pago de una indemnización especial de 02 remuneraciones mensuales por cada año laborado, así como al pago de dozavos y treintavos por las fracciones del año.

Con respecto a los formularios de acogimiento al régimen laboral especial, dicho formulario debe ser llenado para que pueda acogerse a este régimen. Deberá ser presentado previamente en mesa de parte de Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo o en las direcciones regionales de trabajo de cada región y el acogimiento es automático.

Los trabajadores contratados bajo el régimen laboral General (Decreto Legislativo 728), que sean despedidos con la finalidad exclusiva de ser reemplazados por otros trabajadores dentro del régimen laboral especial, tendrán derecho al pago de una

indemnización especial de 02 remuneraciones mensuales por cada año laborado, así como el pago de 12avos y 30avas fracciones de año.

SACIFE EXPORT S.A.C al ser una microempresa se acogerá al Régimen Laboral General para poder gozar de este tratamiento la empresa deberá estar inscrita al Registro de la Micro y Pequeña Empresa (Remype) y el trámite se realiza en línea con la clave Sol y el RUC en la página del MINTRA (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo).

2.14. Modalidades de contratos laborales.

(Aptitus, 2015) El contrato laboral es un acuerdo de voluntades entre dos partes, entre el empleador y el trabajador, por el cual una de ellas (el trabajador) se compromete a prestar sus servicios en forma personal y remunerada, la otra parte (el empleador) se obliga al pago de la remuneración correspondiente, que en virtud de un vínculo de subordinación goza de las facultades directrices, es decir, dispone el horario de trabajo, sanciona a los trabajadores, entre otras facultades.

(Artículo 4° del Decreto Supremo N° 003- 97 – TR – Ministerio de Trabajo)

Los elementos esenciales de un Contrato de trabajo son tres:

- La prestación personal del servicio (No puede ser delegada a otra persona)
- El vínculo de subordinación (el empleador sanciona, dispone jornada, el empleador decide las sanciones, etc)
- La remuneración (sueldo o pago, que recibe el trabajador por el trabajo realizado).

Referencia: Artículo 5°, 6° y 9° del Decreto Supremo N° 003-97- TR

En cuanto a los tipos de contratos, tenemos los contratos sujetos a modalidad que vienen a ser aquellos contratos que se dan por un periodo determinado y que se celebran en razón a las necesidades del mercado o la mayor producción de la empresa, así como cuando lo exija la naturaleza temporal o accidental del servicio que se va prestar o de la obra que se ha de ejecutar. Estos contratos deberán celebrarse por escrito debiendo ser presentados ante la Autoridad Administrativa de Trabajo para su respectivo registro, en Lima a través de la página Web y en las regiones a través de la mesa de partes respectiva.

Es muy relevante que estos contratos deben celebrarse cuando realmente se de la casualidad para cada una de las modalidades, caso contrario estaríamos ante un contrato desnaturalizado, dado cuenta que estas modalidades contractuales son la excepción (Artículo 53° del Decreto Supremo N° 003-97-TR).

A continuación, contratos sujetos a modalidad:

a) Contratos a plazo indeterminado

- Se realiza por escrito o verbal
- El personal que firma dicho contrato son permanentes en la empresa debido que no tiene fecha de terminación.

b) Contratos sujetos a modalidad o plazo fijo

- Se realiza por escrito y se presenta al Ministerio de trabajo
- Tienen un plazo determinado (Especifica la fecha de inicio y de fin de la relación contractual)

c) Contrato con jornada a tiempo parcial

- Se realiza por escrito
- El personal labora menos de 4 horas en la empresa y que no realicen horas extra en la empresa que no realicen horas extra.

Por lo tanto, SACIFE EXPORT S.A.C. utilizará el contrato sujeto a modalidad o plazo fijo para todo el personal debido que los contratos tendrán una duración de seis meses, los mismos que serán renovados si el trabajador cumple las expectativas del puesto, de ser así se renovará cada 12 meses.

2.15. Contratos comerciales y responsabilidad civil de accionistas.

En cuanto a los contratos comerciales podemos decir que es un acuerdo legalmente vinculante entre las partes mediante el cual se obligan a realizar o a no realizar ciertas cosas. Los contratos pueden ser escritos o verbales y redactarse de manera formal o informal. La mayoría de las empresas celebran sus contratos por escrito para dejar en claro los términos del acuerdo, y, con frecuencia, buscan asesoramiento legal al celebrar contratos importantes. Los contratos pueden abarcar todos los aspectos comerciales como contrataciones, salarios seguridad del empleado, localizaciones, prestamos etc. (GET LEGAL. 2016)

El artículo 1529 del código Civil peruano establece que: “Por la compraventa el vendedor se obliga a transferir la propiedad de un bien al comprador y éste a pagar su precio en dinero”. Lo que caracteriza y tipifica al contrato de compraventa es su carácter consensual, porque la propiedad se transfiere por el simple consentimiento de las partes, sin relación con la formalidad alguna; en este sentido el contrato de compraventa queda

perfeccionado en el momento y en el lugar en que la aceptación es conocida por el oferente y cuando se exterioriza la voluntad de vender y de pagar el precio.

Por otro lado, con referente a la Responsabilidad civil de las sociedades, la ley general de sociedades (LEY N° 26887) nos dice que:

En la sociedad anónima el capital está representado por acciones nominativas y se integra por aportes de los accionistas, quienes nos responden personalmente de las deudas sociales. No se admite el aporte de servicios en la sociedad anónima.

Para que se constituya la sociedad es necesario que tenga su capital suscrito totalmente y cada acción suscrita pagada por lo menos en una cuarta parte. Igual regla rige para los aumentos de capital que se acuerden.

En cuanto a la responsabilidad de los fundadores el Art. 71 nos dice que en la etapa previa a la constitución, los fundadores que actúan a nombre de la sociedad o a nombre propio, pero por interés y por cuenta de ésta, son solidariamente responsables frente a aquellos con quien hayan contratado.

Los fundadores quedan liberados de dicha responsabilidad desde que las obligaciones asumidas son ratificadas por la sociedad dentro del plazo señalado en el artículo 7. A falta del pronunciamiento de la sociedad dentro del citado plazo, se presume que los actos y contratos celebrados por los fundadores han sido ratificados.

Adicionalmente, los fundadores son solidariamente responsables frente a la sociedad, a los demás socios y a terceros:

- Por la suscripción integral del capital y por el desembolso del aporte mínimo exigido por la Constitución.
- Por la existencia de los aportes no dinerarios, conforme a su naturaleza, característica y valor de aportación consignados en el informe de valorización correspondiente.
- Por la veracidad de las comunicaciones hechas por ellos al público para la constitución de la sociedad.

2.16. Análisis FODA

Tabla N° 05: Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
1. Disponibilidad de la materia prima todo el año	1. No cuenta con local propio, por que representa un costo aparte.
2. Conocimiento de costos y precios de la competencia	2. Baja inversión en promoción y publicidad.
3. Buena relación con los proveedores	3. No se cuenta con presencia en el mercado.
4. Producto diferenciado con valor agregado y cuenta con certificaciones internacionales	4. La empresa no cuenta con una planta propia para la elaboración de los productos.
5. Bajo costo en al compra de productos terminados.	5. Capacidad de compra limitada en los inicios de la empresa.
Oportunidades	Amenazas
1. TLC Perú - Estados Unidos	1. Inclusión de futuros competidores con mejor infraestructura
2. Demanda de productos de pastelería	2. Inclusión de futuros competidores con precios bajos
3. Uso de la plataforma de negocios vía internet	3. Inflación
4. Aprovechar las desventajas de la competencia en el mercado	4. Las ventas de productos sustitutos en crecimiento
5. Reconocimiento a nivel mundial sobre el valor nutritivo del frejol negro	5. Aumento de barreras no arancelarias

Fuente: Elaboración propia

3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1. Descripción del producto.

El producto a exportar por nuestra empresa son ALFAJORES DE MAICENA CON RELLENO DE MANJAR DE FREJOL COLADO no contiene saborizantes solo preservantes.

Este producto es presentado en un primer envase de bolsa y en un segundo envase de cada de cartón, en cada caja entran 24 cajas de alfajores.

El alfajor de maicena con relleno de manjar de frejol colado es dulce al paladar.

Este producto es ideal para supermercados, entre otros. Asi mismo, se puede consumir para a media mañana, en la tarde, etc.

3.1.1. Clasificación arancelaria.

En cuanto a la partida arancelaria para el mercado internacional, este producto se exportará con la siguiente partida:

Tabla N° 01: Clasificación arancelaria

Sección	IV	Productos de industrias alimentarias
Capítulo	19	Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería
Partida del sistema armonizado	19.05	Productos de panadería, pastelería o galletería.
Subpartida del sistema armonizado	19.05.90	Los demás
Subpartida Nacional	19.05.90.90.00	Los demás

Fuente: (Sunat, 2017)

Elaboración: propia

1905909000 (Los demás productos de pastelería, panadería y galletería).

3.1.2. Propuesta de valor

El producto que se va ofrecer es un alfajor libre de gluten con relleno de manjar de frejol colado, la masa del alfajor no tiene harina ni azúcar, en lugar de harina tendrá maicena y en lugar de azúcar tendrá panela es decir es apto para personas celíacas. El relleno de frejol colado es un dulce peruano tradicional a base de frejol negro o rojo y en lugar de azúcar refinada llevará panela que es un endulzante natural que se obtiene al evaporar los jugos de la caña de azúcar y no tiene ningún refinado ni centrifugado. Este producto es diferente porque hasta ahora no existe una empresa que realice exportaciones de alfajores con este tipo de relleno por lo que lo hace único e innovador.

Los clientes preferirán este producto porque no es común, los latinos residentes en Estados Unidos, americanos, turistas, en general estarán fascinados con este producto porque el relleno es netamente una preparación única.

Las ventajas competitivas que ofrece nuestra empresa es:

- Usar la diferenciación para que el cliente vea que es un producto que vale la pena elegir y pagar por él.
- Excelente calidad de nuestros alfajores.

3.1.3. Ficha técnica comercial

Tabla N° 02: Ficha técnica comercial

Nombre del producto	Alfajores de maicena con relleno de frejol colado														
Descripción del producto	Producto suave y crujiente. Elaborado a partir de una pasta obtenida al batir y mezclar todos los ingredientes. Son dos galletas de forma redonda horneadas unidas entre si con manjar de frejol colado, este manjar es un puré de frejol negro o rojo.														
Lugar de elaboración	Producto elaborado en la planta de la empresa El dulce hecho arte SAC														
Composición nutricional	<table border="1"> <tr> <td>Valor Energético 174 kcal</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>Carbohidratos 27 g</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>Proteínas 2,5 g</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>Grasas Totales 6,3 g</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td colspan="2"><i>de las cuales:</i></td> </tr> <tr> <td>grasas saturadas 2 g</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>Fibra 1,7 g</td> <td>7%</td> </tr> </table>	Valor Energético 174 kcal	9%	Carbohidratos 27 g	9%	Proteínas 2,5 g	3%	Grasas Totales 6,3 g	11%	<i>de las cuales:</i>		grasas saturadas 2 g	9%	Fibra 1,7 g	7%
Valor Energético 174 kcal	9%														
Carbohidratos 27 g	9%														
Proteínas 2,5 g	3%														
Grasas Totales 6,3 g	11%														
<i>de las cuales:</i>															
grasas saturadas 2 g	9%														
Fibra 1,7 g	7%														
Características organolépticas	<p>Color: La corteza es dorada uniforme en el borde y un tono más claro hacia al centro, no debe estar quemado. El manjar tendrá un color marrón oscuro y ajonjolí.</p> <p>Olor y sabor: Característico al sabor correspondiente libre de olores y sabores desagradables.</p>														

3.2. Investigación de mercado objetivo

Para realizar la búsqueda del mercado objetivo se ha determinado los posibles mercados a exportar tomando diversos criterios como obtener los principales importadores mundiales de la partida 1905909000 y los principales destinos de las exportaciones peruanas de la partida 1905909000 con la finalidad de conocer los principales países de destino de las exportaciones para ello nos basamos en la información brindada por la SUNAT, TRADE MAP y SIICEX.

Tabla N° 03: Principales importadores mundiales de la partida 190590

(Miles de dólares)

Importadores	valor importada en 2012	valor importada en 2013	valor importada en 2014	valor importada en 2015	valor importada en 2016
Mundo	27743201	30361244	31187544	29858252	30711494
Estados Unidos	3352124	3519240	3687656	4097501	4655466
Reino Unido	2203982	2404056	2582769	2424791	2381624
Francia	2073304	2253887	2270209	2038470	2113870
Alemania	1901274	2103509	2170262	2023124	2090747
Canadá	1285299	1397156	1492995	1459278	1435328
Bélgica	1115512	1235077	1170174	976600	1072441
Países Bajos	893395	902509	982062	896459	886622
Italia	793775	911162	938329	828636	864985
China	322776	429014	495904	679467	757639
España	661034	684576	740727	669431	719672

Fuente: (Trademap, 2017)

Elaboración: propia

Se observa en la tabla N° 03 que Estados Unidos es el principal importador de la partida 190500 en el año 2017. Es necesario precisar que E.E.U.U en el año 2015 y 2016 Estados Unidos aumentó las importaciones de esta partida arancelaria. Además

mencionar que Reino Unido disminuyó sus importaciones en el año 2016 descendiendo al segundo lugar en el año 2016.

Tabla N° 04: Principales destinos de las exportaciones de la partida 1905909000

(Miles de dólares)

Exportadores	Valor exportada en 2012	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014	Valor exportada en 2015	Valor exportada en 2016
Mundo	16092593	17800997	18575593	17388098	18358541
Estados Unidos	1476070	1627926	1705325	1675655	1624535
Francia	1376049	1532906	1539486	1351430	1562624
Canadá	863078	961262	1093261	1275096	1452036
Bélgica	1219538	1468731	1431109	1195920	1285745
Italia	1240937	1353612	1375829	1248390	1278128
Países Bajos	593168	608499	608047	608424	677438
Polonia	337230	397604	525465	537532	666551
España	424624	539791	632939	592733	651239
Reino Unido	592639	604163	635808	625058	591289
México	377060	386329	392733	468583	481779

Fuente: (Trademap, 2017)

Elaboración: Propia

En la tabla N° 04 se observa que Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones de la partida 19.05.90.90.00. Cabe mencionar que Francia es el segundo país importador y en el año 2016 tuvo un incremento en sus importaciones. Canadá es el tercer país importador de la partida 19.05.90.90.00 pero sus importaciones son pocas comparadas con los dos primeros países

Tabla N° 05: Exportaciones peruanas de la subpartida Nacional 1905909000 en el año 2016

Importadores	Valor exportada en 2012	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014	Valor exportada en 2015	Valor exportada en 2016
Mundo	24508	22880	27336	25945	28891
Estados Unidos	8221	7325	9730	9635	8705
Colombia	3380	3904	4369	3876	3426
Bolivia	2611	2338	2600	2958	3335
Ecuador	3858	4383	4543	3623	2868
Chile	1211	908	1316	1492	2394
Nicaragua	13	24	10	0	1873
República Dominicana	96	112	91	155	1848
Haití	2901	2785	2601	1949	927
Panamá	265	176	147	185	893
El Salvador	33	34	42	53	495
Costa Rica	209	64	21	14	457

Fuente: (Trademap, 2017)

Elaboración: propia

En la tabla N°05, en el año 2016, cuenta con una gran ventaja respecto a los demás países figurando como el mayor importador de la subpartida nacional 19.05.90.90.00 y convirtiéndose en el principal socio comercial de Perú.

3.2.1. Segmentación de mercado objetivo

Actualmente, en el mundo está incrementando el consumo de alimentos saludables y que, a su vez, cuiden el medio ambiente. Los consumidores están tomando en cuenta muchas características del producto como envase, calidad, etc.

a) Macro segmentación

Según, Trade Santander (2017) señala que Estados Unidos tiene la principal economía del mundo. Sin embargo, como consecuencia de la crisis financiera del

2009, el país cayó en la recesión más impactante desde los años 1930. Gracias a un plan de estímulo presupuestario y monetario de largo alcance, la economía se ha recuperado. En 2015, el crecimiento alcanzó 2.6%, impulsado por el consumo doméstico, bajas tasas de interés y una dinámica generación de empleo. Se espera que el país mantenga el mismo nivel de crecimiento en 2016, impulsado principalmente por el consumo, así como por la inversión en modernización corporativa.



Figura N° 03: Mapa de Estados Unidos

Fuente: (Maps, 2017)

Estados Unidos de América es una república federal constitucional compuesta por 50 estados y un distrito federal. La mayor parte del país se ubica en el centro de América del Norte donde se encuentran sus 48 estados contiguos y Washington D.C., distrito de la capital.

La población actual estadounidense se estima en 321.418.820 millones de habitantes. El 82% de la población del país habita en zonas urbanas. La estructura

de la población estadounidense por grupos etarios es de la siguiente manera: 19% son menores de 14 años, el 66% se encuentra entre los 15 y 64 años, mientras que el 15% restante tiene más de 65 años. La esperanza de vida es de 79 años

Estados Unidos no tiene idioma oficial, pero la mayoría de ciudadanos habla inglés y por lo tanto es el idioma más hablado. Dado que el alto índice de inmigración, es común escuchar distintos idiomas, especialmente en localidades más pobladas como Nueva York, Miami y Los Ángeles: El 82% de la población hablan el inglés americano como primera lengua, y el que más comúnmente se aprende como segunda lengua, un 4% hablan el idioma indoeuropeas, mientras que el 3% restante, mediante dialectos de la región Asia – Pacífico.

Tabla N° 06: Indicadores de crecimiento de Estados Unidos

INDICADORES DE CRECIMIENTO	2013	2014	2015	2016
PBI(miles de millones de USD)	16,691.50	17,393,10	18,036.65	18,561.93
PBI(crecimiento anual en %, precio constante)	1,7	2,4	2,6	1,6
PBI per cápita (US\$)	52,705	54,502	56,084	57,294
Endeudamiento del Estado (en % del PBI)	104,6	104,6	105,2	108,2
Tasa de inflación %	1,5	1,6	0,1	1,2
Tasa de desempleo %	7,4	6,2	5,3	4,9

Fuente: (Trade Santander, 2017)

Elaboración: propia

Se observa que en la tabla N°06 el PBI per cápita del estadounidense sigue creciendo cada año y en el 2015 cerró con US\$ 56,064. La tasa de desempleo promedió un 5,3% durante el 2015 a comparación del año 2013 que promedió

7,4%, esto quiere decir que cada año está disminuyendo y hay cada vez más personas con empleo.

b) **Micro segmentación**

El país elegido es Estados Unidos y ahora corresponde seleccionar el estado y la ciudad a donde se va exportar el alfajor de maicena con relleno de frejol colado, para eso se realizará el mismo método de la macro segmentación.

La empresa analizará 3 tabla para que pueda escoger 3 estados de EEUU para luego considerarlos criterios que permitirán identificar a que ciudad se exportará el producto.

Las tablas que se analizarán son los estados más poblados de EEUU, las importaciones de la partida 19.05.90.90.00 por distritos aduaneros en miles de dólares y en kilogramos, son los siguientes:

Tabla N° 07: Cuadro de Estados de USA

N°	Estado	Número de habitantes
1	California	39,250,017
2	Texas	27,862,596
3	New York	19,745,289
4	Florida	20,612,439
5	Illiones	12,801,539
6	Pensylvania	12,784,227
7	Ohio	11,614,373
8	Georgia	10,310,371
9	Michigan	9,928,300
10	North Carolina	10,146,788

Fuente: (Census, 2017)
Elaboración: propia

Tal como se puede ver en la tabla anterior, California, Texas, New York, Florida e Illinois son los cinco principales estados más poblados de Estados Unidos.

Tabla N° 08: Consumo de la partida 19059090 por estado

HTS Number	Distrito	2015	2016
19059090	Detroit,MI	19.36	18.82
19059090	Buffalo,NY	10.186	12.57
19059090	Ogdensburg, NY	6.621	7.445
19059090	San Juan , PR	6.451	6.9
19059090	New York, NY	1.197	932
19059090	Cleveland,OH	0	554
19059090	Pembina, ND	144	273
19059090	Los Angeles,CA	201	245
19059090	Norfolk, VA	0	220
19059090	Miami, FL	178	145
19059090	Laredo, TX	25	90

Fuente: (Census, 2017)

Elaboración: propia

Se observa en la tabla N°08 que en el año 2016 los 8 principales consumidores de la partida 19.05.90.90 son Detroit (Michigan), Buffalo (New York), Ogdensburg (New York), San Juan (PR), New York (New York), Cleveland (Ohio), Pembina (Dakota del Norte) y Los Ángeles (California).

Tabla N° 09: Cuadro comparativo por estados

Indicadores	Nivel de importancia	California	Nivel de importancia	Puntaje	New York	Nivel de importancia	Puntaje	Florida	Nivel de importancia	Puntaje
Población	0.14	39,250,017	4	0.56	21,594,330	2	0.28	21,361,792	2	0.28
Edades (18 a 45 años)	0.13	25,688,235	4	0.52	13,489,517	2	0.26	13,234,634	2	0.26
Latinos o hispanos	0.16	14,534,449	5	0.8	3,559,644	4	0.64	4,517,191	2	0.32
Población empleada de (16 a más)	0.14	29,934,838	4	0.56	9,137,540	3	0.42	8,335,023	2	0.28
Ingreso por hogares (35,00 - 100,000)	0.15	5,062,809	3	0.45	2,723,459	2	0.3	2,857,697	1	0.15
Ingreso per cápita (dólares)	0.16	29,906	2	0.32	32,829	4	0.64	26,499	3	0.48
Clima	0.12	Semitropical	3	0.36	Húmedo	2	0.24	Semi-Tropical	2	0.24
	1.00			3.57			2.78			2.01

Fuente: (Census, 2017)

Elaboración: propia

Después de hacer un análisis demográfico y económico entre California, New York y Florida, tal como se muestra en la tabla anterior, se concluyó que SACIFE EXPORT S.A.C. exportará a Los Ángeles – California debido a que es el mercado más atractivo y, posteriormente, la visión de expandirnos a otros Estados.

California

Según (ProChile, 2017) indica que el estado de California, también conocido como el Golden State (El estado dorado), es un estado federado de los Estados Unidos situado en la cota sureste del país. Se consolidó como el estado más poblado de los Estados Unidos, ya que cuenta con una población de más de 39 millones de habitantes y su capital es Sacramento.

Según Bloomberg, California se convirtió en la séptima mayor economía del mundo impulsada por un creciente nivel de empleo, los valores de las viviendas y los ingresos personales y empresariales llevaron a que el estado superará a Brasil en cuanto a tamaño de su economía. Además en el año 2015 el estado más populoso de Estados Unidos superó a Rusia e Italia también.

Según ProChile, indica que en los Estados Unidos existen ciertos puntos de consumo con mayor tendencia al consumo de productos alimenticios naturales. Estos se caracterizan por tener una población con mayor grado de educación, más propensa a practicar deportes y con mayor preocupación por el medio ambiente.

Entre estos se puede mencionar, los estados de California, Massachusetts (Boston), Nueva York y el distrito federal de Columbia (Washington DC).



Figura N° 04: Mapa de California

Fuente: (Maps, 2017)

Nicho de mercado

Los Ángeles, oficialmente Ciudad de los Ángeles, es la ciudad más poblada del estado de California. Según (Trade Santander, 2017) Los Ángeles tiene una población (área metropolitana) de 17,718,858 habitantes y está ubicada en el sur de California y abarca una superficie de 1215 km. La ciudad tiene un clima mediterráneo – subtropical. La ciudad disfruta de más de 3250 horas de luz solar al año de media.

Figura N° 05: Mapa de Los Ángeles



Figura N° 06: Mapa de Los Ángeles

Fuente: (Maps, 2017)

La economía está impulsada por el comercio internacional, la industria del entretenimiento (televisión, cine y la industria musical), la aeronáutica, el petróleo, la moda y el turismo. Los Ángeles es además el principal centro de manufactura en los Estados Unidos. Los puertos contiguos en los Ángeles y Long Beach conforman el complejo portuario más significativo de Norteamérica y uno de los más importantes a nivel mundial; ambos son vitales para el comercio con países ubicados en la cuenca del Pacífico.

La empresa para que pueda ingresar al mercado de Estados Unidos va contar con un importador /distribuidor debido a que ellos van a comercializar el alfajor de maicena de manera fácil, ya que tienen contactos con los supermercados, etc. En los Ángeles se encuentran distribuidores de alimentos y bebidas, donde mencionaremos, los más representativos:

Tabla N° 010: Principales distribuidores en Los Ángeles

Nombre de distribuidores	Dirección	Productos	Página web
Alter EcoInc	116 Washington Ave., Ste C. Richmond, CA 94801	Chocolates, galletas, frutas secas, otros	www.altercofoods.com
Organic PlanetInc	2339 Third Street, Suite San Francisco, CA 94107	Azúcar, frutas secas, alfajores, otros.	www.organic-planet.com
Gemini Food Corporation	231 SanSome St, Suite 300 San Francisco, CA 94104	Snacks, bebidas, enlatados, otros.	www.geminifoodcorp.com

Fuente: (FIBL, 2017), 2010

Elaboración: propia

3.2.2. Tendencias de consumo

Los gustos del consumidor y el crecimiento de la población son los factores que impulsan la demanda, por lo tanto, las principales tendencias en el consumo de dulces para el mercado de Estados Unidos son las siguientes:

a. Productos centrados en la salud: Las opciones más sanas son buscadas por los consumidores, como el chocolate con frutos secos, galletas sin azúcar, o granos. Algunos productos tienen menos calorías, hidratos de carbono, o colesterol / grasa. En general, los consumidores se han mostrado receptivos a nuevos productos enriquecidos con vitaminas y minerales.

El USDA recomienda en la pirámide de alimentos recientemente actualizada, el consumo de frutas y vegetales, granos enteros y grasas sanas, tales como las contenidas en nueces y aceite de oliva y propone un bajo consumo de azúcar, grasas saturadas y alimentos con contenido de grasas transgénicas.

b. Productos que se ajusten a los estilos de vida: Productos con características energéticas para consumo dentro de la rutina de dieta normal.

c. Los Productos Orgánicos: Aunque este segmento es un pequeño nicho en el mercado total de productos de confitería, con sólo el 2% de cuota de mercado, este segmento está creciendo rápidamente, aun cuando son productos más caros de producir y tienen precios más elevados para el consumidor. Los productos orgánicos de confitería preferidos, en orden de importancia son: mezclas, chocolate negro, chocolate con leche, chocolate y naranja.

d. Posicionamiento

Ahora que SACIFE EXPORT S.A.C. identificó su mercado objetivo, planea llegar a los consumidores a través de un importador / distribuidor “Alter EcoInc en California, quien conoce de cerca las principales empresas de la industria alimentaria.

Con dicho distribuidor se mantendrá una estrecha relación comercial ya que él se encargará de colocar el producto en el mercado.

Además, SACIFE EXPORT S.A.C. aprovechará el apoyo de Promperú a través de la organización de ferias realizadas por ellos y puedan fomentar la exportación y comercialización del alfajor de maicena con relleno de manjar de frejol colado.

e. Medición del mercado

Para determinar la medición del mercado se basaron en diversos criterios y son los siguientes:

Tabla N° 011: Segmentación de mercado objetivo

Descripción	Cantidad
Población total de Estados Unidos	323,127,513
% Estado de California	12%
Estado de California	39,250,017
% Ciudad de los Ángeles	26%
Ciudad de los Ángeles	10,137,915
% Población empleada activa de 18 años a más	79,34%
Población empleada activa de 18 años a más	7,913,580
% Segmento de 18-45 años	86,09%
Segmento de 18-45 años	6,812,781
Mercado disponible (n)	6,812,781
Consumo de kilos al año (q)	4,7
Demanda potencial (Q)	32,020,071
Participación de mercado	0,04%
Ventas anuales	12,960.00

Fuente: (Census, 2017)

Elaboración: Propia

De acuerdo a la tabla N°011 se observa que el 12% de la población de Estados Unidos son personas que viven en California y el 26% de la población de California son personas que viven en Los Ángeles. Además el 79,34% corresponde a la población empleada activa de 16 años a más y el 86,09% son personas de 18 a 45 años de edad.

Para desarrollar la estructura de la demanda, se realizó con la siguiente fórmula:

Q = n*q
n= Número de personas de 18 a 45 años de edad en Los Ángeles
q: Cantidad en kilogramos consumida anualmente
Q: Demanda potencial del mercado.

Entonces:

Tabla N° 0 12: Demanda total del producto

	Q = n*q
n	6,812,781
q	4,7
Q	32,020,071

Mencionado lo anterior, se determinó que (1) persona consume anualmente 4,7 kg de galletas o alfajores. Por lo tanto:

Q: Es la cantidad en kilogramos de galletas consumidas anualmente

n: Número de personas de 18 a 45 años de edad que viven en Los Ángeles.

Teniendo en cuenta que la demanda potencial del mercado es 32,020,071 se ha considerado trabajar el 0,04% de la cuota del mercado para el 2017, esto quiere decir que la empresa SACIFE EXPORT S.A.C. va exportar 2000 kilos.

3.3. Análisis de la oferta y demanda

3.3.1. Análisis de la oferta

a) Oferta internacional

En el Perú, las galletas se exportan principalmente a Estados Unidos, estos productos son procesados en el país en nuestro país y luego exportado para su consumo final.

A nivel mundial existen algunos países que producen alfajores o galletas en su territorio, como por ejemplo Chile, Argentina, México. Actualmente los países mencionados están exportando las galletas a diferentes lugares sin ningún valor agregado al igual que el Perú.

A continuación, se muestran los principales países exportadores mundiales de la partida N° 19.05.90.90 en el período del 2012 al 2016

Tabla N° 013: Principales países exportadores de la partida 19.05.90

Exportadores	Valor exportada en 2012	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014	Valor exportada en 2015	Valor exportada en 2016
Mundo	16092593	17800997	18575593	17388098	18358541
Estados Unidos	1476070	1627926	1705325	1675655	1624535
Francia	1376049	1532906	1539486	1351430	1562624
Canadá	863078	961262	1093261	1275096	1452036
Bélgica	1219538	1468731	1431109	1195920	1285745
Italia	1240937	1353612	1375829	1248390	1278128
Países Bajos	593168	608499	608047	608424	677438
Polonia	337230	397604	525465	537532	666551
España	424624	539791	632939	592733	651239
Reino Unido	592639	604163	635808	625058	591289
México	377060	386329	392733	468583	481779

Fuente: (Trademap, 2017)

Se debe mencionar que para las cifras mostradas en la tabla anterior la partida arancelaria, es una partida bolsa, esto quiere decir que dentro de estas se registran no solo las exportaciones de galletas y derivados, sino de otros productos similares, por lo que se toma de manera referencial.

b) Oferta Nacional

En el Perú las empresas que exportan alfajores a Estados Unidos son las siguientes:

- **LA CASA DEL ALFAJOR S.A.C.**

Es una exitosa empresa familiar que comenzó en la cocina de la casa por los años 1987 cuando un pareja de esposos decidieron entrar en el ramo de la repostería contando con un indudable talento y con las exquisitas recetas que habían deleitado a tres generaciones.

En la actualidad cuenta con franquicias en Tacna, Chiclayo, Trujillo y las proyecciones de expansión del mercado son de grandes expectativas contando ya, con su producto de exportación: ALFA-PACK, que actualmente se comercializan en diferentes estados de los EEUU.

La Casa del Alfajor SAC tiene 25 años endulzándole la vida y más de 500 millones de alfajores vendidos siendo su mejor garantía.

- **LA EMPRESA SAN ROQUE S.A.**

La empresa San Roque SA, es una empresa peruana, fundada en el año 1920, afincada en el Norte del país, en la ciudad Evocadora de Lambayeque.

En el segmento de dulces tradicionales, son líderes en el mercado Nacional con el producto King Kong, considerado así en virtud a las características de sus procesos de elaboración artesanales; y el uso de ingredientes ancestrales como el maní, yuca y camote; que aún mantenemos hasta nuestros días, estos dulces son elaborados con insumos que cumplen estrictas normas de calidad, siendo su principal insumo la leche fresca de vaca, producidas en sus establos por ganado de alta calidad genética, cuidando así desde el primer paso del proceso la calidad del producto final.

La empresa contribuye en el crecimiento y el desarrollo económico del Departamento, al utilizar en su proceso de fabricación el 85% de materia prima por la región. Además de proporcionar fuentes de trabajo a un centenar de personas.

Cuentan con una moderna planta de producción ubicada en la Panamericana Norte KM 780 – Lambayeque, con un área de 1200 metros cuadrados.

San Roque está conformado por personal altamente calificado y en constante capacitación; en función a los avances tecnológicos que exige la incursión en mercados competitivos como el internacional.

Tabla N° 014: Principales exportaciones peruanas de la partida 19.05.90.90

Importadores	Valor exportada en 2012	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014	Valor exportada en 2015	Valor exportada en 2016
Mundo	24508	22880	27336	25945	28891
Estados Unidos	8221	7325	9730	9635	8705
Colombia	3380	3904	4369	3876	3426
Bolivia	2611	2338	2600	2958	3335
Ecuador	3858	4383	4543	3623	2868
Chile	1211	908	1316	1492	2394
Nicaragua	13	24	10	0	1873
República Dominicana	96	112	91	155	1848
Haití	2901	2785	2601	1949	927
Panamá	265	176	147	185	893
El Salvador	33	34	42	53	495
Costa Rica	209	64	21	14	457

Fuente: (Trademap, 2017)

Elaboración: propia

De la tabla N° 014 se puede observar que las principales exportaciones peruanas de la partida 19.05.90.90.00 se dirigen al mercado de Estados Unidos y el valor exportador en el periodo 2012 al 2016 ha ido aumentando. Se precisa que en el segundo lugar se

encuentra Colombia pero sus exportaciones en el último año disminuyeron. Bolivia se coloca en el tercer lugar y sus exportaciones han aumentado cada año.

Tabla N° 015: Indicadores comerciales de la partida 19.05.90.90.00

Importadores	Indicadores comerciales				
	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2012-2016 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2012-2016 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)
Mundo	Toneladas	2684	2	5	100
Estados Unidos de América	Toneladas	3260	11	12	15,3
Reino Unido	Toneladas	2454	1	7	9,1
Alemania	Toneladas	2646	1	5	7,2
Francia	Toneladas	2375	1	6	6,3
Canadá	Toneladas	2907	3	8	5,8
Bélgica	Toneladas	2307	-2	4	3,5
Italia	Toneladas	2229	1	11	2,9
Países Bajos	Toneladas	1900	-1	5	2,8
España	Toneladas	2684	2	-4	2,4

Fuente: (Trademap, 2017)

Elaboración: Propia

En la tabla N°015 se observa que en el periodo 2012 – 2016, Estados Unidos y Reino Unido siguen siendo los principales países que importan productos de pastelería y siguen siendo los principales destinos de las exportaciones peruanas, expresado en toneladas. Asimismo, se puede considerar como mercados potenciales como Alemania y Francia debido a que muestran cada año movimiento en sus importaciones de la partida N° 19.05.90.90.00 a comparación de los demás países que hubieron años en donde no importaron en el mismo porcentaje.

Tabla N° 016: Principales empresas exportadoras de la partida N° 19.05.90.90.00

Empresa	% Var 16-15	% Participación 16
Nestlé Perú S.A	-23%	18%
Gloria S.A	-24%	15%
Compañía Nacional de chocolates del Perú	13%	13%
Molitalia S.A.	-1%	11%
La Casa del alfajor S.A.C	40%	8%
Bakels Perú S.A.C	131%	6%
Panificadora Bimbo del Perú	54%	5%
Alicorp	16%	4%
Empresa San Roque S.A.C	25%	4%
Corporación TDN S.A.C	-65%	6%

Fuente: (Siicex, 2017)

Elaboración: Propia

3.3.2. Análisis de la demanda

Según la Subgerencia Cultural del Banco de la República, señala que cuando se habla de demanda, se refiere uno a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado de una economía a un precio específico.

La demanda de una persona, una empresa o un consumidor en general tiene de un determinado producto o servicio puede estar influenciado por diversos factores las cuales determinarán la cantidad de productos solicitados.

Algunos de los factores son las preferencias del consumidor, sus hábitos, la información percibida sobre el producto o servicio, el poder de compra, entre otros; cualquiera de estos factores influenciará en el consumidor final para decidir comprar un producto.

Dicho lo anterior, en este punto se va determinar y analizar la demanda del producto a exportar “alfajores de maicena con relleno de frejol colado” por lo que es necesario

identificar a los principales países importadores del mismo producto similares. A

continuación:

Tabla N° 017: Principales países importadores de la partida 190590

(Miles de dólares)

Importadores	valor importada en 2012	valor importada en 2013	valor importada en 2014	valor importada en 2015	valor importada en 2016
Mundo	27743201	30361244	31187544	29858252	30711494
Estados Unidos	3352124	3519240	3687656	4097501	4655466
Reino Unido	2203982	2404056	2582769	2424791	2381624
Francia	2073304	2253887	2270209	2038470	2113870
Alemania	1901274	2103509	2170262	2023124	2090747
Canadá	1285299	1397156	1492995	1459278	1435328
Bélgica	1115512	1235077	1170174	976600	1072441
Países Bajos	893395	902509	982062	896459	886622
Italia	793775	911162	938329	828636	864985
China	322776	429014	495904	679467	757639
España	661034	684576	740727	669431	719672

Fuente: (Trademap, 2017)

Elaboración: Propia

En la tabla se observa que en el periodo del 2012 al 2016 el país que lidera en importaciones es Estados Unidos de la partida 19.05.90, llegando a importar en el 2016 un valor de 4,655,466 (miles de dólares). Cabe mencionar que en el año 2016 Canadá y Países Bajos disminuyeron sus importaciones ligeramente, todo lo contrario con Francia y Alemania que aumentaron sus importaciones.

Tabla N° 018: Principales países importadores de la partida 190590

(En toneladas)

Exportadores	Cantidad importada en 2012	Cantidad importada en 2013	Cantidad importada en 2014	Cantidad importada en 2015	Cantidad importada en 2016
Estados Unidos	1.913.946	2.066.602	2.269.150	2.541.006	2.863.764
Canadá	818.690	913.471	1.030.284	1.160.955	1.393.989
México	389.087	384.614	404.981	500.886	525.243
Italia	99.096	101.948	113.355	121.838	126.427
Francia	38.679	45.016	59.184	72.859	99.293
India	57.462	59.261	62.813	70.614	78.781
Hong Kong, China	7.032	7.312	8.592	9.538	8.794
Honduras	4.234	4.632	4.770	6.076	6.372
Polonia	5.043	5.306	6.011	5.930	5.806
Singapur	16.633	16.080	10.609	8.639	5.009

Fuente: (Trademap, 2017)

Elaboración: Propia

De acuerdo a la tabla anterior se observa que Estados Unidos, Canadá, México son los que lideran la lista de los principales importadores de la partida 19.05.90 en el periodo del 2012 al 2016 con respecto a la variable de cantidad en toneladas.

a) Proyección de la demanda

Para proyectar la demanda exportable de galletas rellenas para el año 2017 al 2022 al mercado de Los Ángeles, California, Estados Unidos, se utilizará el método de proyección lineal y se tomará como referencia las importaciones de EE.UU de la partida 19.05.90.90.00 en el periodo 2012 al 2016

Tabla N° 019: Demanda de EE.UU de la partida 19.05.90.90.00 en kilogramos del año 2012 al 2016

Años	2012	2013	2014	2015	2016
Kilogramos	13,319	14,743	20,021	174,596	647,187

Fuente: (Trademap, 2017)

Elaboración: Propia

Tabla N° 020: Métodos de mínimos cuadrados

	Años	Demanda		
Años	X	Y	XY	X ²
2012	1	13,319	13,319	1
2013	2	14,743	29,486	4
2014	3	20,021	60,063	9
2015	4	174,596	698,384	16
2016	5	647,187	3,235,935	25
TOTAL	15	869,866	4,037,187	55

Fuente: Elaboración propia

B =	142758.9
A =	-254303.5

Fórmula de regresión lineal:

$$a = \frac{\sum x^2 + \sum y - \sum x + \sum xy}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x + \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

Para poder hallar “A” y “B” se utilizó la fórmula que figura en la parte superior y con esos datos se va poder proyectar la demanda linealmente. A continuación, el siguiente punto a seguir:

Fórmula para proyectar la demanda linealmente:

X = Años que se quiere proyectar

A = -254303.5

$$B = 142758.9$$

$Y = A + Bx$
$Y = -254303.5 + 142758.9 * x$
Proyección 2017 = 602,250
Proyección 2018 = 745,009
Proyección 2019 = 887,768
Proyección 2020 = 1,030,527
Proyección 2021 = 1,173,286
Proyección 2022 = 1,316,044

Entonces la demanda proyectada es del año 2017 al 2022 se muestra en la siguiente tabla:

Tabla N° 021: Demanda proyectada del mercado en kilogramos.

2018	2019	2020	2021	2022
745,009	887,768	1,030,527	1,173,286	1,316,044
	19,16%	16,08%	13,85%	12,17%

Fuente: Elaboración propia

3.4. Estrategias de ventas y distribución

3.4.1. Estrategias de segmentación

Nuestro producto alfajor de maicena relleno con manjar de frejol colado será exportado con nuestra propia marca a los Estados Unidos y para segmentar ese mercado, definiremos que nuestro mercado está orientado a los alimentos naturales y el tipo de segmentación a usar, es por el tipo de cliente donde desearemos para nuestro análisis, el tamaño, las exigencias y las características, en general, de la industria del cliente.

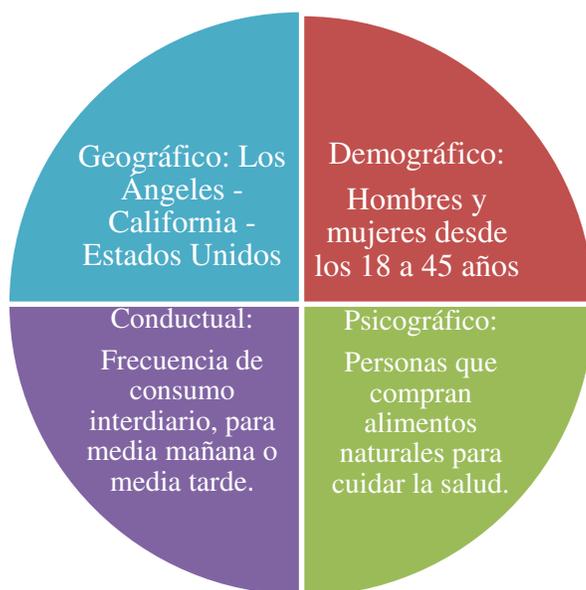


Figura N° 07: Segmentación de mercado objetivo

Fuente: Elaboración propia

Una vez definida la segmentación de mercado tal como se muestra en la figura anterior, la empresa SACIFE EXPORT S.A.C., podrá elegir el tipo de estrategia de marketing que utilizará para dicho mercado y será “Marketing concentrado”, porque se exportará el alfajor de maicena a un determinado mercado objetivo y permitirá reducir los costos de comercialización siendo una ventaja al ser una empresa nueva.

3.4.2. Estrategias de posicionamiento

Posicionamiento basado en las características del producto

Usaremos esta estrategia debido a nuestra importante propuesta de valor, nuestro producto no contiene harina ni azúcar refinada lo que lo hace mucho más interesante porque ahora las personas que viven en Estados Unidos prefieren productos más saludables, productos que no contengan tantos químicos ni colorantes.

La empresa resaltará las bondades del alfajor de maicena y son las siguientes:

- No contiene harina
- No contiene azúcar
- Edulcorante natural (panela)

Se realizará degustaciones o entregar muestras en el punto de venta usando una góndola especial debida que al ser un producto nuevo la empresa tiene que fomentar el consumo de ello. Es una de las formas más baratas de hacer que los consumidores se interesen en el producto y además la entrega de alimentos gratuitos genera sentimientos positivos hacia la marca, y si las personas al probarlas les encantó entonces quiere decir que irán al punto de venta para comprar el producto y la cual se ganará un cliente más.

3.4.3. Estrategias de distribución

La empresa SACIFE EXPORT S.A.C. exportará alfajores de maicena con relleno de frejol colado al mercado de Estados Unidos y sus principales clientes son los importadores/distribuidores de California, quienes se encargarán de ingresar el producto a los supermercados y tiendas especializadas.

Las estrategias de distribución son las siguientes:

- Ofrecer una seguridad en la entrega (cantidad y tiempo), nuestra empresa debe estar familiarizada con todo el proceso de transporte que requiera entregar el producto en el depósito del comprador, a pesar de que se trate con regularidad en términos FOB, lo que busca SACIFE EXPORT S.A.C, es una buena relación con el comprador.

Brindar un servicio con atención , respeto y adaptabilidad desde la materia prima con la finalidad de cumplir con las exigencias del mercado en usos, tipos y costumbres del

consumidor de Los Ángeles, California, Estados Unidos, así como también, mantener un alto grado de “compromiso” y “dedicación” del vendedor respecto de su relación comercial con el comprador, lo que implica contactos telefónicos regulares, correspondencia fluida, (de preferencia en inglés) y presencia en los principales eventos del sector como seminarios y exposiciones.

Finalmente, el canal de distribución quedará de esta forma:



Figura N° 08: Canal de distribución de SACIFE EXPORT S.A.C.

Elaboración: Propia

3.5.Estrategia de promoción

En cuanto a la promoción de nuestro producto haremos uso de las siguientes BTL (Below the line), para iniciar con nuestra labor de publicidad esta estrategia es una de las más efectivas y en cuanto a costos, más apropiada para nuestra empresa. Es un marketing más personal y podremos obtener resultados de manera más rápida, se buscará llegar al cliente por medio de la concientización de una vida saludable, resaltando las propiedades de nuestro producto y explicando nuestra propuesta de valor.

a) Contar con una página web y una red social

Actualmente, quién no cuenta con una red social o acceso al internet ya sea en su celular, casa u oficina, es por eso que la empresa decide contar con una página web www.sacifeexport.com para que los clientes y potenciales puedan conocer sobre la historia de la empresa, productos, de que país proviene los productos y entre otros.

Además, las redes sociales son una buena ventana para exponer los productos de la empresa y lo más importante es que es accesible para las personas por que la mayoría cuenta con una cuenta en alguna red social. En este momento la red social más famosa es el Facebook y la empresa contará con una.

b) Envío de muestras a los clientes

SACIFE EXPORT S.A.C. enviará muestras de los alfajores de maicena con relleno de manjar de frejol colado a los principales importadores/distribuidores en Estados Unidos. De este modo, los clientes podrán probar el producto y evaluar si les gustó o no, si la experiencia fue positiva podrán adquirir el producto.

3.6. Tamaño de planta. Factores condicionantes.

Con respecto, a la producción de alfajores de maicena con relleno de frejol colado, nosotros no produciremos sino terciarizaremos el proceso de empaquetado y producción. Trabajaremos de la siguiente forma:

Adquisición de insumos.

- Llevar los insumos a la empresa encargada
- Proceso de empaquetado a cargo de la empresa Papelsa y embalaje cajas de cartón corrugado.

- Llevar la carga al puerto para la exportación.

4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

4.1. Envases, empaques y embalajes.

a) Envase de Alfa-Cornstarch

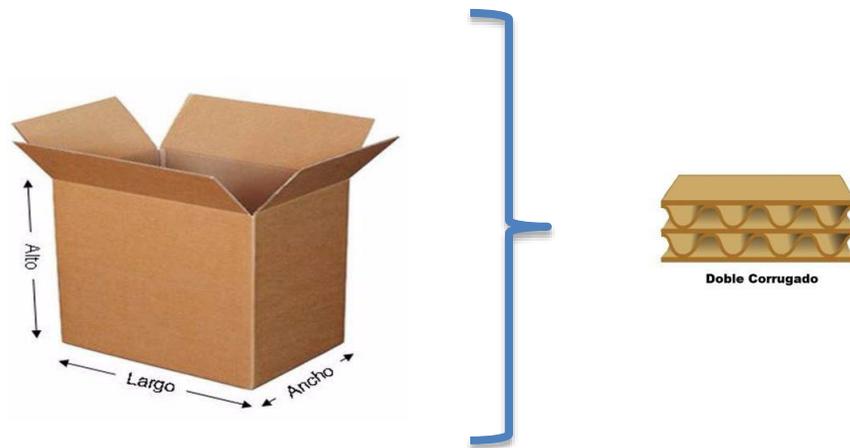
Terminado el proceso de fabricación del alfajor de maicena con relleno de manjar de frejol colado endulzado con panela, pasará a la etapa de envasado. El envase primario que se ha optado para el contenido del alfajor es una bolsa stand up de 7cm x 12cm. La presentación de **Alfa-Cornstarch** es de 240 gramos. Pero a la vez tendrá un envase de cartón reforzando para una mayor seguridad el contenido de nuestro producto.

Se escogió este tipo de envase porque es una excelente presentación de la marca en forma vertical de los estantes, la capacidad de conservación del producto, es liviano y resistente a las manipulaciones y transporte internacional.

b) Empaque y embalaje

Finalizado el proceso de envasado del alfajor de maicena en las bolsas y las cajas de cartón, se procederá al empaque y embalaje.

El empaque que se utilizará son cajas de cartón de doble corrugado de triple pared con medidas de 27 cm x 24 cm x 26 cm para brindar mayor seguridad y resistencia y disminuir los posibles daños en el transporte internacional.



Ancho: 24 cm

Largo: 27 cm

Alto: 26 cm

Figura N° 09: Empaque de SACIFE EXPORT S.A.C.

El cartón doble es una estructura rígida que está formado por tres elementos planos (liners) pegados a dos elementos ondulados (ondas) intercalados. El tipo de onda que se elegirá será el “B” (FAO, 2015). Se colocarán 32 cajas de cartón de las cuales estarán separadas en ocho niveles por una lámina de cartón de simple corrugado.

El embalaje es utilizado para agrupar las mercancías con el fin de protegerlas y además facilitar el almacenamiento y su distribución internacional. El embalaje para los alfajores será de la siguiente manera:

- Las cajas de cartón irán en pallets de maderas y las medidas serán de 120 cm x 100 cm. Cada pallet contará con un sello que certifique la NIMF N°15 (Norma Internacional para Medidas Fitosanitarias) que reglamenta embalajes de madera utilizadas en el comercio exterior, este sello lo otorgará SENASA porque es el que exige el mercado de Estados Unidos.
- Cada paleta contendrá 60 cajas, se colocarán 12 cajas como base de 5 niveles, para posteriormente embalar con un rollo de filmstretch transparente, que dará una estabilidad al sujetarlo fijamente y a su vez permitirá la fácil manipulación y transporte de mercancías.



Figura N° 010: Embalaje de SACIFE EXPORT S.A.C.

Fuente: Elaboración propia

4.2.Diseño de rotulado y marcado

4.2.1. Diseño de rotulado

Alfa-Cornstarch es un alfajor preparado a base de maicena con relleno de manjar de frejol colado endulzado con panela de sabor agradable, listo para consumir, 100% natural. El frejol es una gran fuente de energía y rica en proteínas y antioxidantes, 0 % grasas trans y 0 % colesterol, todos estos beneficios han permitido que sea muy valorado a nivel internacional.

El alfajor de maicena va dirigido al mercado de Estados Unidos y por lo tanto la FDA es la entidad que regula el etiquetado o rotulado de los alimentos envasados en ese país. El FDA se rigue de la “Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos” que exige que cada alimento envasado contenga doble etiquetado. A continuación, se presenta los dos tipos de rotulado del alfajor de maicena que exige el FDA:

Nutrition Facts	
Serving Size 240 g	
Amount Per Serving	
Calories 65	Calories from Fat 2
% Daily Value*	
Total Fat 0g	0%
Saturated Fat 0g	0%
Trans Fat	
Cholesterol 0mg	0%
Sodium 1mg	0%
Total Carbohydrate 17g	6%
Dietary Fiber 3g	12%
Sugars 5g	
Protein 15g	
Vitamin A 10%	• Vitamin C 10%
Calcium 5%	
*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs.	
NutritionData.com	

Figura N° 011: Rotulado nutricional del alfajor de maicena con relleno de frejol colado

Fuente: Elaboración propia

Nutrition Facts	
Serving Size 240g	
Amount Per Serving	
Calories 65	Calories from Fat 2
% Daily Value*	
Total Fat 0g	0%
Saturated Fat 0g	0%
Trans Fat	
Cholesterol 0mg	0%
Sodium 1mg	0%
Total Carbohydrate 17g	5%
Dietary Fiber 3g	12%
Sugars 5g	
Protein 15g	
Vitamin A 10%	Vitamin C 10%
Calcium 5%	
*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs.	
NutritionData.com	

Packaged by:

Papelsa S.A

Avenue Las Torres 151
Lurigancho - Lima

SACIFE EXPORT S.A.C

Avenue Canta callao 940, San
Martin de Porres. Lima - Peru

Expiration date and Lot
market on the packaging:

06/2018

1020360

Ingredients:

Cornstarch, panela, butter, milk
black bean and cinnamon



Figura N° 012: Rotulado general del alfajor de maicena

Fuente: Elaboración propia

4.2.2. Diseño de marcado

Las autoridades aduaneras recomiendan el marcado de las cajas de cartón, los pallets y su correlatividad con lo indicado en factura.

A la llegada a puerto, la mercadería es controlada por el vista aduanero a través de su marcación exterior, y generalmente, una muestra por lote en aduana para inspección:

Tabla N° 022: Marcas de información

Marcas estándar	Marcas de información	Marcas de manipulación
Información del importador	Información del exportador	Información sobre el manejo al momento de manipular la mercancía
Puerto de destino	Puerto de origen	En este caso se utilizará pictogramas de uso internacional.
Número de unidades	Dimensiones de la caja	
Etc	Peso neto, etc	

Fuente: Elaboración propia

A continuación el marcado de la caja de cartón del alfajor de maicena para su exportación al mercado de Estados Unidos.

Figura N° 013: Empaque de la empresa SACIFE EXPORT S.A.C.

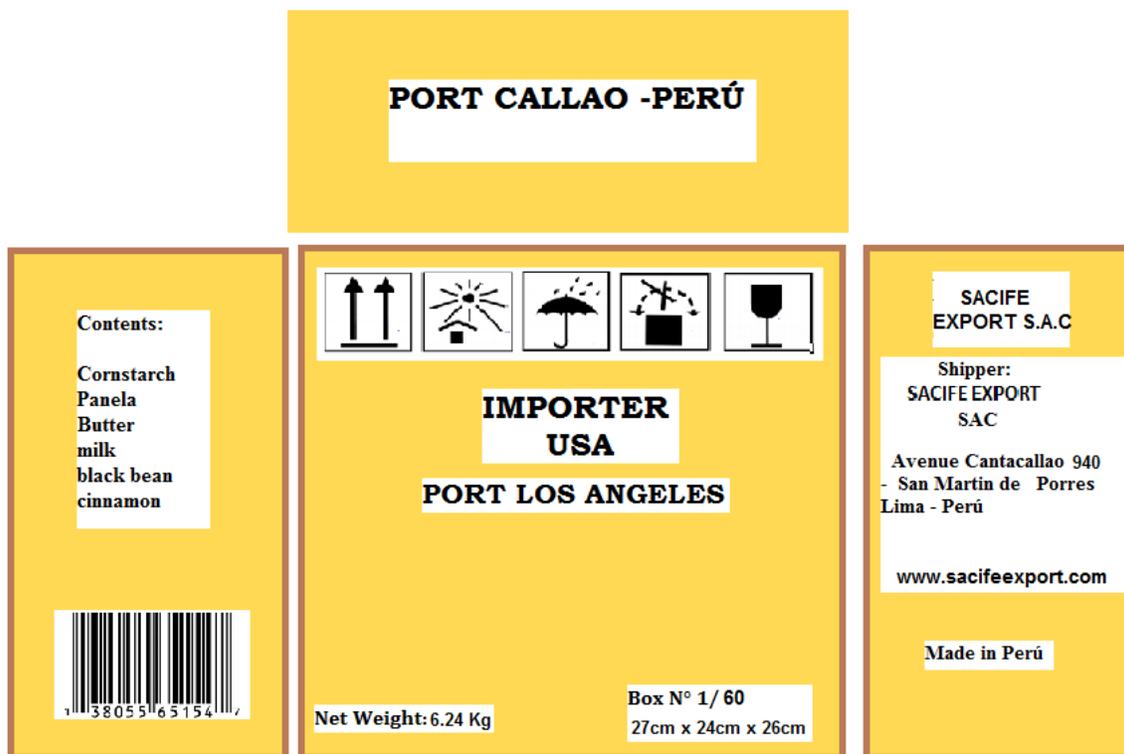
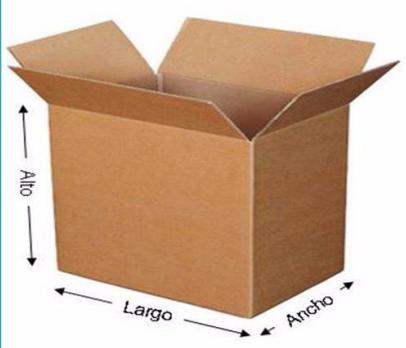


Figura N° 014: Empaque de la empresa SACIFE EXPORT S.A.C.

Fuente: Elaboración propia

4.3. Unitarización y cubicaje de la carga

Tabla N° 0 23: Unitarización de la carga

Representación gráfica	Características
	<p>1. Empaque y embalaje</p> <p>Caja de cartón de simple corrugado de doble pared</p> <p>Medidas: 27 cm x 24 cm x 26 cm</p> <p>Cantidad de cajas por caja: 24</p> <p>Peso: 6240 gramos equivalente a 6.24 kilogramos</p>
	<p>2. Unitarización</p> <p>Pallet de madera</p> <p>Medidas: 120 cm x 100 cm x 10 cm</p> <p>Unidades: 1 pallet</p> <p>Total de cajas por pallet: 64</p> <p>Total de cajas por pallet:</p> <p>Peso por pallet: 400 kg</p>
	<p>3. Unitarización de 5 pallets</p> <p>Pallet de madera</p> <p>Medidas: 120 cm x 100 cm x 10 cm</p> <p>Unidades: 5 pallet</p> <p>Total de cajas por pallet:</p>

	1 pallet: 64 cajas
	5 pallets: 320 cajas
	Total de cajas por pallet:
	1 pallet: 1440 cajas
	5 pallets: 7200 cajas
	Peso por pallets:
	1 pallet: 400 kg
	5 pallets: 2000 kg

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se detalla la unitarización de la carga

Tabla N° 024: Detalle de la Unitarización de la carga

Medida de caja corrugada		
Medida de caja corrugada	27 cm x 24 cm x 26 cm	Centímetros
Largo	2	Cajas
Ancho	2	Cajas
Altura	6	Cajas
Base	4	Cajas
Total de cajas por caja	24	Cajas de 260 gramos
Medidas de pallet		
Medidas de pallet	120 x 100	Centímetros
Largo	4	Cajas
Ancho	4	Cajas
Altura	4	Cajas
Base	16	Cajas
Total de cajas por pallet		
1 pallet	64	Cajas
5 pallets	320	Cajas
Total de cajas (unidades) por pallet		
1 pallet	1,536	Cajas
5 pallets	7680	Cajas

Peso por pallet		
1 pallet	400	Kilogramos
5 pallet	2000	Kilogramos
Número de cajas por embarque (Mensual)	7,680	Cajas de 260 gramos
Peso por embarque mensual	2000	Kilogramos
Numero de cajas por embarque (Anual)	92,160	Cajas de 260 gramos
Peso por embarque anual	24,000	Kilogramos

Fuente: Elaboración propia.

La carga se transportará en un contenedor de 20 pies (Largo 6,05m x ancho 2,43 m x 2.59m) y debido al peso y/o volumen de la carga no se podrá llenar todo el contenedor, por lo que se enviará como carga consolidada (LCL/LCL) esto quiere decir que se agruparán varias mercancías para enviarlo a un mismo destino, pero que pertenecen a varios consignatarios.

4.4. Cadena de DFI de exportación / importación

4.4.1. Determinación de requerimiento de insumos e infraestructura

a) Del insumo

La empresa SACIFE EXPORT S.A.C. adquirirá la materia prima de la Corporación Vega SAC, el proceso de producción estará a cargo de nuestra propia empresa, se elaborará en la misma planta de la Av. Canta callao 940 en el distrito de San Martín de Porres, el cual posteriormente será envasado por el proveedor Envases y envolturas SA y el embalado estará a cargo de la empresa Papelsa S.A

Tabla N° 025: Cuadro de proveedores

Empresa	RUC	Dirección	Servicio
Corporación Vega SAC	20498124285	Av Belaunde 256 Comas	Proveedor de materia prima
Envases y envolturas SA	20100182859	Calle Banhero Rossi N° 193 Los ficus Santa Anita	Proveedor de las bolsas Stand up y del envase de cartón
Papelsa SA	20101927904	Av. Las Torres N° 151 Urb. Santa Maria de Huachipa, Lurigancho - Lima	Proveedor de las cajas de cartón de acuerdo a las medidas y características establecidas por la empresa

Fuente: Elaboración propia

- SACIFE EXPORT S.A.C., se encargará de comprar la materia prima a la Corporación Vega elegimos este proveedor por los precios competitivos que manejan. El contrato con el proveedor de materia prima inicialmente será por 6 meses.
- El Proveedor Envases y envolturas se encargará del proceso de envasado en bolsas stand up, posteriormente en las cajas y del etiquetado del producto y por último serán enviados a la empresa SACIFE EXPORT S.A.C.
- La empresa SACIFE EXPORT S.A.C. tiene un jefe de producción que estará a cargo de todo el proceso productivo, supervisando que se realicen las funciones adecuadas para dicho proceso, estará a cargo de la recepción de a materia prima verificando que todo llegó de manera adecuada hasta terminar el proceso productivo. En la etapa de envase, etiquetado y embalaje estará a cargo el jefe de logística, él es el que certificará la calidad del producto.

- Envases y envolturas son los encargados de proveer las bolsas stand up y los envases de cajas de cartón y Sociedad Anónima PAPELSA nos proporcionará la caja de cartón de doble corrugada de triple pared y se harán de acuerdo a las medidas y características establecidas por la empresa SACIFE EXPORT S.A.C.

b) De la infraestructura

La empresa SACIFE EXPORT S.A.C., está ubicada en la Av. Canta callao 940 en el distrito de San Martín de Porres, Lima, Perú. El local de la empresa contará con un área de 100 metros cuadrados y se escogió esa zona por la cercanía al puerto del Callao.

El local contará con un área administrativa la cual estará equipada para que los colaboradores de la empresa puedan realizar sus actividades de ventas y gestiones administrativas de la mejor manera.

Contaremos con el área de producción y un almacén para recibir la mercadería lista y posteriormente ser enviado al país de destino, para hacer más fácil el manipuleo de las cajas con los productos terminados se contará con un espacio para el ingreso y salida de camiones y montacargas.

En total son ocho ambientes que estarán señalizadas cumpliendo con la normativa de Defensa Civil.

Además, es necesario diseñar un layout de la empresa SACIFE EXPORT S.A.C., el cual se presenta a continuación:

Figura N° 015: Modelo de instalaciones de SACIFE EXPORT S.A.C.

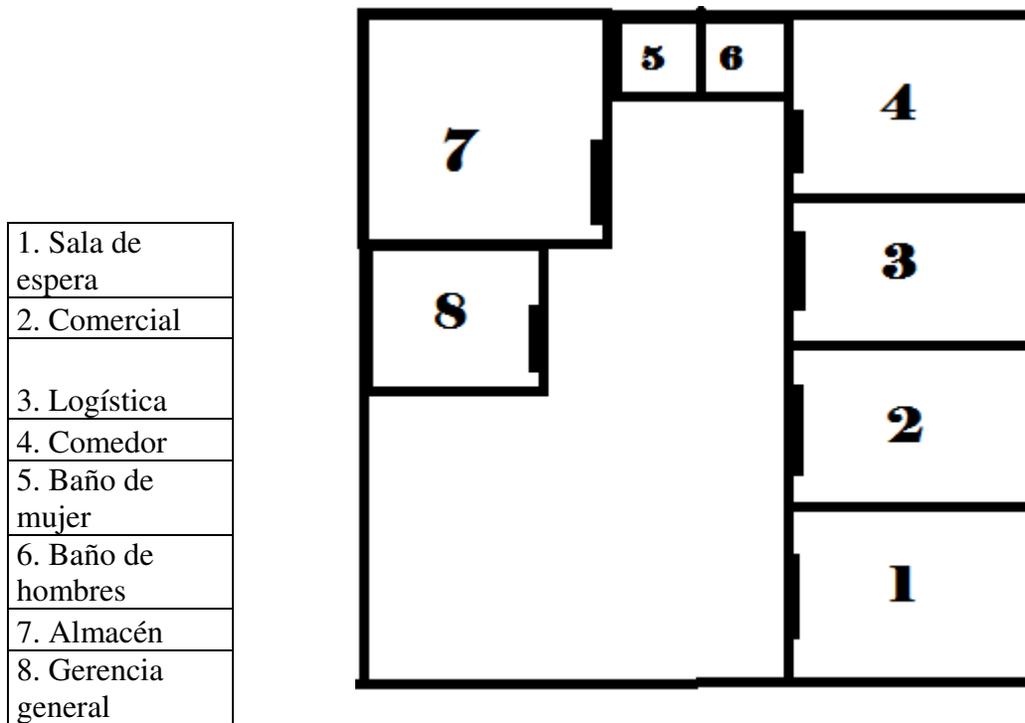


Figura N° 016: Modelo de instalaciones de SACIFE EXPORT S.A.C.

Fuente: Elaboración propia

El almacén de productos terminados de la empresa SACIFE EXPORT S.A.C., cuenta con las siguientes características:

- a) En el interior del almacén será necesario definir las áreas de trabajo, como son:
 - El área de recepción de mercancía para realizar la clasificación y codificación de la mercancía y poder llevar un control de la misma.
 - El área de almacenamiento de la mercancía para poder definir la zona de la mercancía de baja y alta rotación con la finalidad de poder ubicarla y gestionarla eficazmente.

- El área de la preparación de los pedidos para poder seleccionar las cantidades según el pedido a embalar la mercancía en pallets para su fácil manipulación.
- El área de expedición para cotejar que la mercancía va salir tanto en cantidad como en calidad según las especificaciones del cliente para no tener posteriormente algún reclamo y, por último, plasmarlo en un registro de salida para llevar un control de la misma.

b) La superficie del almacén estará condicionado por:

- El número de cajas que ingresará al almacén
- La frecuencia de pedidos por proveedor.

El almacén debe ser un lugar limpio, fresco y seco para mantener en buenas condiciones el producto terminado. La temperatura en un lugar seco para su conservación debe ser de 20°C – 30°C.

4.4.2. Establecer estrategias de suministro.

La cadena de suministro está conformada por todos aquellos procesos y actividades que involucran a proveedores y clientes para que en conjunto colaboren con la producción y distribución de la mercancía en la calidad, cantidad y tiempo solicitado por el cliente, con la finalidad de satisfacer los niveles requeridos por él.

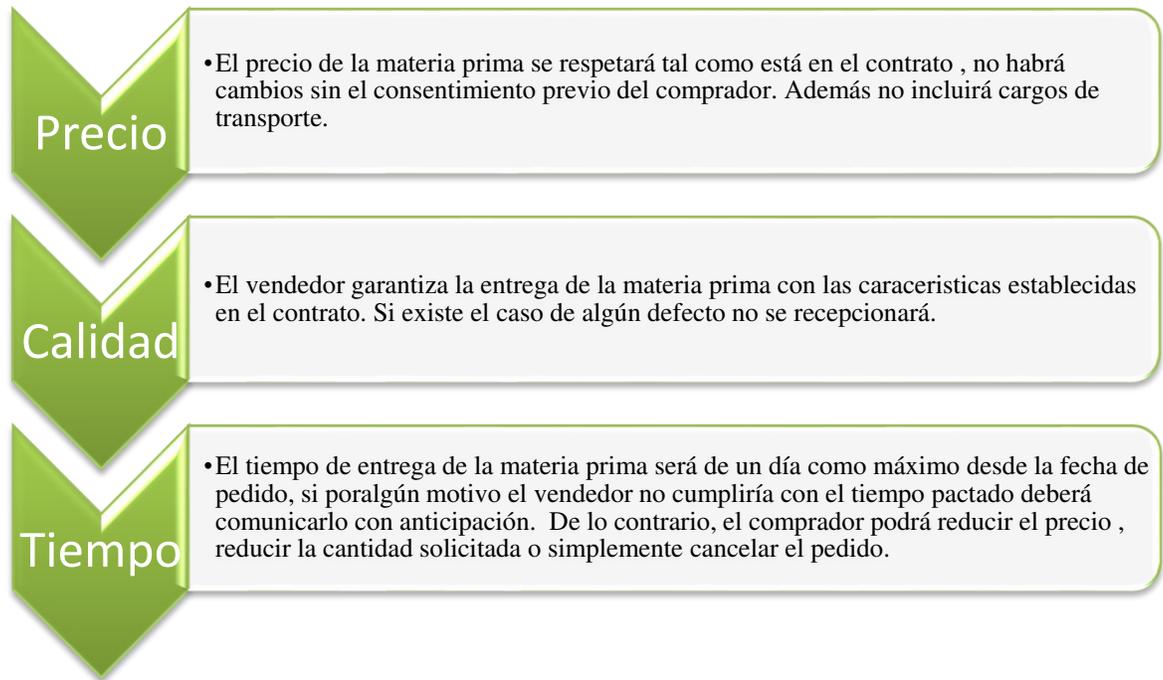
Tabla N° 026: Cuadro comparativo de proveedores

Criterios	Corporación Vega	Mercado de productores de Santa Anita	Makro
Experiencia	27 años	33 años	5 años
Ubicación del proveedor	San Martín de Porres - Lima	Santa Anita - Lima	Independencia - Lima
Puntualidad	Muy buena	Buena	Buena

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la matriz de selección y en base a los criterios de la elección la empresa SACIFE EXPORT S.A.C., trabajará con la empresa Corporación Vega para los insumos (maicena, leche, frejol, panela) esta empresa cuenta con más de 20 años de experiencia en el mercado y se encuentra ubicada cerca a nuestra planta de producción.

Tenemos un contrato con la Corporación Vega SAC para que nos lleve los insumos hasta nuestro local en las fechas que necesitemos los insumos para el proceso productivo.



Fuente: Elaboración propia

4.4.3. Determinación del proceso productivo

La empresa SACIFE EXPORT S.A.C. terciarizará el proceso productivo a la empresa El dulce hecho arte SAC. El proceso será el siguiente:

Figura N° 017: Proceso productivo



Figura N° 018: Proceso productivo

Fuente: Elaboración propia

4.4.4. Requisitos de acceso al mercado objetivo

a) Entidades que regulan

En el Perú y Estados Unidos existen diferentes autoridades competentes que tienen la responsabilidad de controlar y hacer cumplir los diferentes requisitos según el tipo de

producto que va ingresar a su país. A continuación, las entidades que regular la comercialización de productos alimenticios en el Perú y EEUU.

Tabla N° 027: Requisitos de acceso al mercado

EN EL PERÚ	
Entidad	Características
SUNAT	Superintendencia nacional de aduanas y administración tributaria, es el organismo nacional encargado de recaudar impuestos y administrar la actividad aduanera.
DIGESA	La dirección Central de Salud (DIGESA) del ministerio de Salud, es la autoridad de salud ambiental e inocuidad alimentaria a nivel nacional y es responsable en el aspecto técnico, normativo y de super vigilancia en materia de inocuidad de los alimentos destinados al consumo humano elaborados industrialmente de producción nacional o extranjera. Se encarga de otorgar la Certificación Sanitaria de Exportación para productos alimenticios procesados y el Registro Sanitario de alimentos de consumo humano entre otros.
La Cámara de Comercio de Lima	Es una de las instituciones que gestiona y emite el certificado de origen. Perú y Estados Unidos tienen un "acuerdo de Promoción comercial" vigente para que el importador pueda acceder a la preferencia arancelaria, el exportador tiene que garantizar que el producto a exportar es de origen peruano.
EN ESTADOS UNIDOS	
Entidad	Características
FDA	La Administración de alimentos y medicamentos, es la entidad encargada de establecer y verificar el cumplimiento de regulaciones para garantizar la seguridad, de los alimentos, medicamentos y cosméticos que se consumen en los EEUU.

Fuente: (Siicex, 2015)

b) Procedimiento de importación establecido por la FDA (Food and drug administration)

Según, Siicex (2015), indica que los productos importador regulados por la FDA están sujetos a inspección a su arribo al puerto; aquellos que no se encuentren conforme a la ley y reglamentos estarán sujetos a regularización o reexportación voluntaria (solo en caso de incumplimiento de regulaciones de clasificación, documentación, empaque o etiquetado) o a destrucción en caso se determine que constituyen una amenaza para la salud de los consumidores. A continuación, el procedimiento de importación de productos alimenticios establecidos por la FDA:

- **Registro de instalaciones alimentarias (Food facility registration)**

La planta de fabricación del alfajor de maicena SACIFE EXPORT S.A.C. debe registrarse ante la FDA, el cual cumple con las normas.

El registro se realiza por única vez y si hay algún cambio en la información de la empresa se deberá actualizar. El registro y la actualización se hacen de manera gratuita a través de la página web de la FDA y ésta última confirmará el registro y asignará un número de registro de 11 dígitos.

El registro incluirá la autorización explícita a FDA para inspeccionar los establecimientos que encuentren registrados. El no cumplimiento de la normativa implica que los establecimientos no podrán exportar a EEUU.

- **Notificación previa (Prior notice)**

La notificación previa se realiza electrónicamente a través de la página web de la FDA (www.access.fda.gov) para ello es necesario contar con una cuenta y la creación es totalmente gratuita. Mencionando lo anterior, se procederá a ingresar la cuenta de SACIFE EXPORT S.A.C. en la página web de la FDA, se llenará y enviará la notificación previa hasta 8 horas antes que la mercancía llegue al puerto de EE.UU; además debe ser confirmada electrónicamente por la FDA.

Los datos más importantes que se consideran en el llenado de la prior notice son:

- Identificación de la mercadería (cantidad, lote, nombre común, etc)
- Nombre del fabricante (si el alimento ya no se encuentra en su estado natural)
- Nombre y dirección del exportador
- Nombre y dirección del importador.
- País de origen del producto.
- País desde el que se envía el producto.
- El puerto a donde ingresará a EE.UU.

Si no se presenta la notificación previa del alfajor a exportar a los Estados Unidos, simplemente se rechazará el ingreso a dicho país.

- **Cuando la mercadería llega al puerto**

La empresa exportadora debe adjuntar todos los documentos de exportación y la notificación, si no el producto no ingresa a Estados Unidos.

Los productos que ingresan a territorio estadounidense, son generalmente inspeccionados a su arribo al puerto. Los procedimientos que la autoridad sanitaria realiza al ingreso de los alimentos están regulados por la FDA y puede considerar realizar un examen físico, un examen en el muelle, o un examen de muestra; todos basados en la naturaleza del producto, las prioridades de la FDA y la historia previa al producto.

Si en el caso el producto no cumple con lo establecido, se emite una “Nota de Detención y Audiencia” a las aduanas de EEUU y al importador, en el cual el importador o su representante deben presentar evidencia que el producto cumple con los requisitos con el propósito de obtener la “Nota de liberación”

Estados Unidos exige que toda mercancía debe ingresar acompañada de la siguiente documentación:

- Factura comercial: Presenta información del exportador y del importador, la fecha, la descripción completa de la mercancía, el origen y el valor FOB. El vendedor es quién emite la factura.
- Certificado de origen: Duplicado de la Cámara de comercio del país de origen para los países con preferencias arancelarias.
- Lista de empaque (Packing list): Es la relación completa del contenido de la mercadería descrita en la factura comercial y debe ser emitido por el exportador.

Conocimiento de embarque (Bill of lading): Es un contrato de envío de la mercancía entre un consignador y un consignatario, es una prueba de que la mercancía fue

embarcada al buque y en qué estado lo recibieron. Con este documento el importador podrá retirar la mercancía.

4.4.5. Determinación de operadores logísticos a intervenir

Los operadores logísticos son los encargados de realizar la distribución física internacional (DFI) de una empresa exportadora, en este caso SACIFE EXPORT S.A.C. contratará dicho servicio para la exportación del alfajor de maicena relleno de manjar de frejol colado al mercado de Estados Unidos.

Indicado lo anterior, SACIFE EXPORT S.A.C, se comunicó con tres operadores logísticos para solicitarles sus cotizaciones. Para la selección del operador logístico se procedió a desarrollar una matriz de criterios, a continuación:

Calificación: Rango de 0 (muy malo) – 5 (muy bueno)

Tabla N° 028: Cuadro comparativo de operadores logísticos

Criterios	Nota de importancia	AUSA	Puntaje	SAVAR	Puntaje	Gamma cargo	Puntaje
Costos logísticos	0.2	3	0.6	2	0.4	3	0.6
Impacto en la estrategia logística para la empresa	0.3	3	0.9	3	0.9	2	0.6
Impacto en la atención al cliente final	0.2	2	0.4	2	0.4	1	0.2
Eficiencia en el transporte	0.1	2	0.2	2	0.2	2	0.2
Certificaciones	0.2	4	0.8	3	0.6	2	0.4
Total	1.00		2.9		2.50		2.00

Fuente: Elaboración propia

El operador logístico va intervenir en los siguientes aspectos para la exportación del alfajor de maicena:

- **Transporte interno:** Es la empresa encargada de transportar la mercancía desde el almacén de SACIFE EXPORT S.A.C. hasta el terminal marítimo del Callao.
- **Almacenaje:** El ingreso de la mercancía al terminal marítimo para que se a inspeccionada, antes de que se realice el levantamiento de la mercancía.
- **Agente de aduanas:** Es el personal encargado de realizar todos los trámites de exportación para que la mercancía salga del puerto.
- **Agente de carga:** Es la empresa encargada de brindar fletes competitivos para la exportación de la mercancía.

AUSA Soluciones Logísticas S.A. cuenta con más de 20 años en el mercado nacional y atendiendo a clientes nacionales y extranjeros. Además para poder tomar la decisión de contratar el servicio de AUSA se realizó un análisis con ciertos criterios como se muestra en el cuadro anterior y el puntaje que sacó fue de 2.90 con respecto a los demás, por tal motivo, se decidió por esa empresa.

Es importante que la empresa AUSA S.A. cuente con la certificación BASC debido que va controlar y garantizar que la mercadería no tiene ninguna contaminación (contrabando y drogas) desde la recepción de la materia prima hasta la distribución final de la mercancía al mercado destino, el cual otorga confianza.

Según BASC PERÚ, indica que el proceso de certificación BASC promueve la implementación del Sistema de Gestión en control y Seguridad (SGCS) BASC, mediante la aplicación de la Norma y Estándares BASC, como un programa de

autogestión basado en principios de mejores prácticas y mejora continua en beneficio de la seguridad del comercio internacional.

4.4.6. Técnicas de cuantificación de demora.

El medio de transporte que elegirá la empresa SACIFE EXPORT S.A.C. es el marítimo debido que es más barato en comparación a otros, se puede transportar grandes volúmenes de mercancías a diferentes puntos alejados geográficamente, entre otros factores. Cabe mencionar que el tiempo aproximado de travesía del Puerto del Callao hasta el puerto de los Ángeles – California (EE.UU) es de 17 días.

A continuación se detalla los tiempos que demora la mercancía desde que el cliente realiza la orden del pedido del alfajor de maicena hasta el transporte internacional de la misma manera al puerto de Los Ángeles.

Tabla N° 029: Plan de logística internacional

Plan de logística internacional	Tiempo (días)
Cliente recibe y acepta la cotización y se procede a comprar los insumos	3 días
Fabricación del alfajor de maicena, envasado, etiquetado, embalado y paletalizado.	7 días
Transporte del producto terminado al almacén del exportador y a la espera del operador logístico para enviar la mercancía al puerto del Callao.	1 día
Procedimiento de Aduanas	4 días
Transporte internacional	17 días
Total	32 días aprox.

Fuente: Elaboración propia

En la cuadro anterior se puede observar que en la cuantificación de la demora se detallan los tiempos que demora desde que el cliente acepta la cotización y se procede a comprar los insumos hasta que la mercadería llega al puerto de Los Ángeles. Cabe precisar que el tiempo de tránsito internacional puede variar según la línea naviera y el tiempo de todo el proceso desde que el exportador compra la materia prima hasta que salga el buque, por lo general es de 15 a 20 días. Además, se debe mencionar que por ser la primera exportación de la empresa SACIFE EXPORT S.A.C. está sujeto a canal rojo, es decir, nuestra mercadería tiene que ser aforada por un especialista de Aduana y demora entre 1 a 2 días.

4.5. Seguro de mercancías.

Respecto al seguro de la mercancía solo se contratará un seguro desde el almacén de la empresa SACIFE EXPORT S.A.C. hasta la Aduana del Callao, no será necesario contratar un seguro para todo el transporte internacional porque trabajaremos en términos FOB eso quiere decir que nosotros tenemos responsabilidad solo hasta dejar la mercadería en el buque.

5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1. Fijación de precios

5.1.1. Costos y precios

5.1.1.1. Método de fijación de precio

El método de fijación de precios que la empresa SACIFE EXPORT S.A.C. utilizará son dos a) Fijación de precios basado en la competencia y b) Fijación de precios basado en costos.

Primero se tiene que investigar y evaluar los precios de venta que ofrece la competencia, en este caso las empresas peruanas que exportan galletas y alfajores y agregar un margen de ganancia para obtener un precio acorde al mercado para poder competir con las demás empresas.

A continuación, se detalla cada uno para analizar y determinar el precio del alfajor para la empresa SACIFE EXPORT S.A.C.

a) Fijación de precios basado en la competencia.

En el análisis anterior en el plan de marketing se concluyó que el competidor directo para SACIFE EXPORT S.A.C. es la empresa San Roque S.A.C ; por lo tanto se va analizar los precios de sus exportaciones, especificando la partida arancelaria 19.05.90.90.00, al mercado de Estados Unidos.

A continuación, se detalla el precio US\$ FOB del alfajor que exporta la empresa San Roque S.A.C al mercado de Estados Unidos:

Tabla N° 0 30: Análisis de precio de la empresa San Roque

Transporte	Descripción comercial	US\$ FOB	Peso Bruto (Kg)	Peso neto (Kg)	Unidad de medida	Cantidad	Unidad
Marítimo	Alfajores de manjar blanco	7891.68	344.48	225.55	Caja	328	\$ 24.06

**Fuente: Sunat
Elaboración propia**

Se puede observar que en la tabla anterior, la empresa San Roque S.A.C exporta alfajores de manjar blanco en presentación de six pack al precio de US\$FOB 24.06 enviándolo por transporte marítimo.

b) Fijación de precios basado en el costo

Para poder hallar el costo unitario del alfajor de maicena se tiene que calcular el variable unitario y costo fijo unitario; para ello primero tenemos que saber cuántos costos fijos totales y costo variable total. A continuación, se detalla:

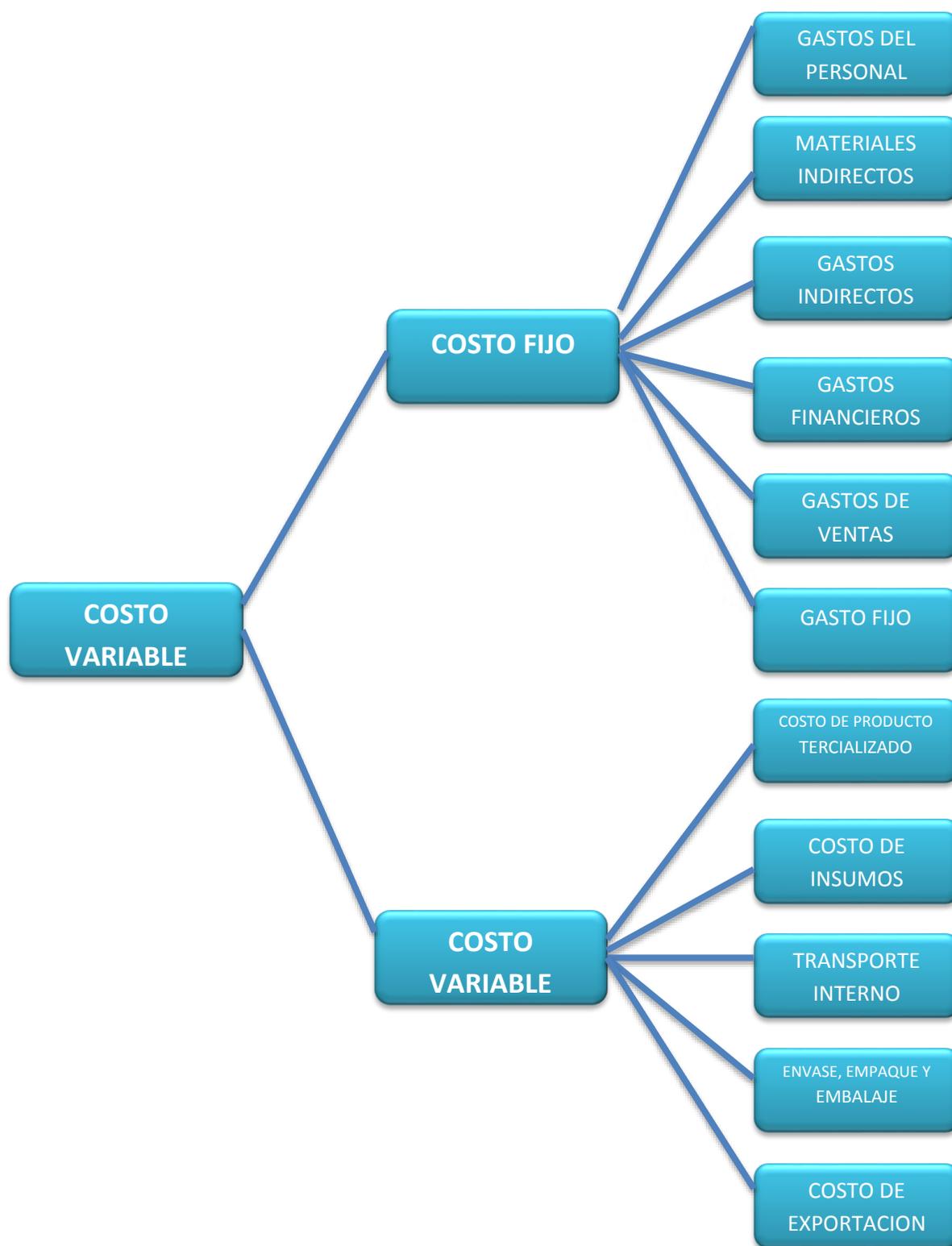


Tabla N° 031: Costo variable

Fuente: Elaboración propia

Concepto	Cantidad	UM	Costo	Total
Cantidad a Producir	7200		cajas de alfajores	
T/C			3.3	
Alfajores de manjar	2048	KG	60.00	122,880.00
Envase primario – Bolsas	8000	UN	0.10	800.00
Envase secundario – Cajas	9000	UN	0.35	3,150.00
Empaque y embalaje	350	UN	0.50	175.00
Costo Adicionales	1	UN	800.00	800.00
Outsourcing	2048	KG	1.89	3,870.72
Total Costo				131,675.72
Costo Unitario (S/.)				18.29
Margen de utilidad (100%)				18.29
Precio de Venta Unitario (S/.)				36.58
Precio de Venta Unitario (\$)				11.08

Tabla N° 32: Precio de venta unitario

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 031, se puede observar que al costo unitario se le va aumentar un margen de ganancia y posteriormente se le incluirá el IGV, pero en las exportaciones está exonerado de ese pago, por lo tanto, como resultado final se determinará el precio de venta FOB en US\$, como el producto a exportar no es un producto orgánico porque va tener preservantes, el precio será menor al de la competencia.

c) Política de precios

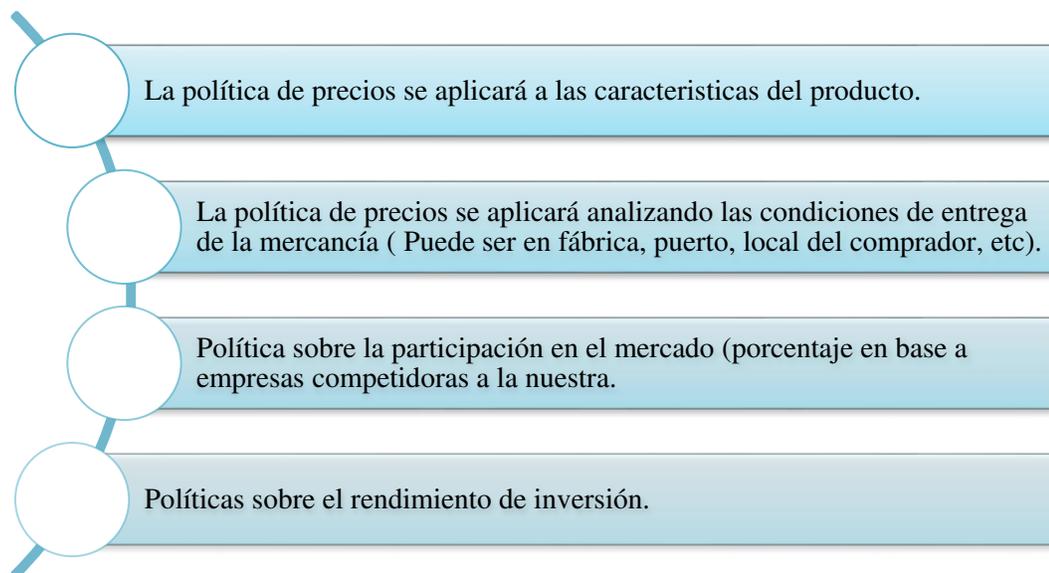


Figura N° 019: Política de precios

Fuente: Elaboración propia

5.1.2. Cotización internacional

SACIFE EXPORT S.A.C. para que pueda enviar una cotización, primero identificará a sus clientes potenciales en donde se considerará a los distribuidores de alimentos en California. Segundo enviará una carta de presentación vía correo electrónico para que los clientes conozcan tanto el producto como a la empresa y si muestran interés en el alfajor de maicena, se podrá negociar el tipo de INCOTERM, medio de pago, las cantidades y el plazo de entrega. Una vez negociado todo eso, se enviará recién la cotización al posible cliente para que lo envíe.

El modelo de cotización que la empresa SACIFE EXPORT S.A.C., enviará a sus clientes potenciales será de la siguiente manera:

SACIFE EXPORT S.A.C.

Direction: Avenue Cantacallao 348 – San Martin de Porres – Lima – Perú

Phone: (051) 549-5662

Page: www.sacifeexport.com.pe

E-mail: info@sacifeexport.com

Contac: Sandy Quispe Aguilar

E-mail: Squispe@sacifeexport.com

Proforma / Invoice N° 001 – 2017

Lima, City, Aph, 2017

Buyer: [Parkside Market](#)

Attention: Mr. Dave Lanstein

E-mail: Davelanstein@parksidemarket.biz

Dear Sir:

Hereby we send our quotation according to the specifications set by you:

ITEM	DESCRIPTION	QUANTITY	UNIT PRICE (US\$)	AMOUNT total (US\$)
1	Filled cookies of cornstarch with filling of bean	7200 boxes	11.08	79,776
			TOTAL	\$ 79,776.00

Tariff heading: 19.05.90.90.00

Product packaging: Bags and box of 260 g

Incoterm: FOB CALLAO (Incoterm 2010)

Production time: 30 days

Delivery time: 30 days reception the purchase

Means of transport: Maritime

Payment Form: Confirm irrevocable letter of credit at sight

Bank: BBVA – Banco Continental

Deliverable: Certificate of origin

Effective quote: 30 days

I must say the product has quoted tariff benefit according to the TLC Peru – EEUU, so send the Certificate of Origin.

5.2. Contrato de compra venta internacional (exportación)

Véase en el anexo N°1.

5.3. Elección y aplicación del INCOTERM

Es necesario elegir bien el incoterm que se utilizará debido que con ello se podrá conocer lo siguiente, según Prompex (2016)

- La forma y lugar de entrega de la mercancía.
- Transmisión de los riesgos.
- Quien asume el costo de traslado de las mercancías.
- Obligación de realizar el despacho aduanero.

Mencionado lo anterior, SACIFE EXPORT S.A.C realizará sus exportaciones del alfajor de maicena relleno de manjar de frejol colado endulzado con panela con el incoterm 2010 FOB al mercado de Estados Unidos y se llegó a la elección porque el país destino tienen buena tarifa de fletes debido que hay mucha competencia a comparación de Perú que es muy alto y a un precio CIF saldría muy caro la mercancía, por ende, a los clientes de Estados Unidos y latinos les conviene importar mercancía a precio FOB.

Según Prompex (2014) el Fob (free on board o franco a bordo), significa que el vendedor cumple con la entrega y transmite el riesgo cuando la mercancía se encuentra a bordo del buque en el puerto de embarque convenido y el importador corre con todos los costos desde ese momento en adelante. A continuación, se muestra el flujo del incoterm 2010 FOB:

FOB
Free On Board (. . . named port of shipment)

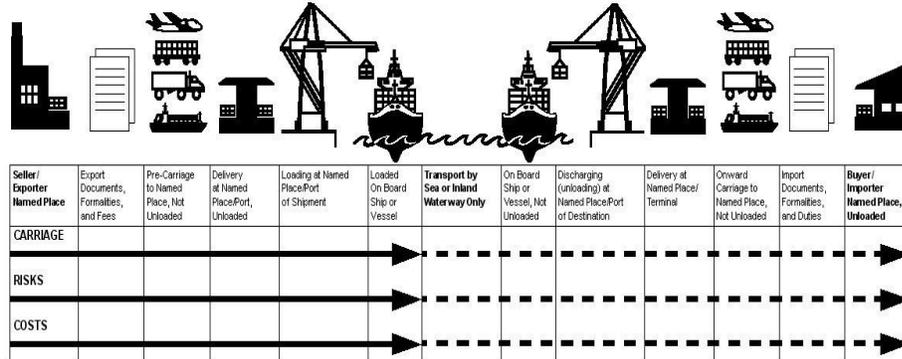


Figura N° 020: Incoterm FOB

Fuente: Incoterm 2010

En la figura anterior se puede observar el flujo del Incoterm FOB (free on board) y conocer los riesgos y costos que asumen tanto el exportador como el importador. Y se llega a la conclusión siguiente:

- El vendedor asume los costos de embalaje, verificación, control y el transporte interno de la mercancía. Además de los costos de trámites aduaneros de exportación y de manipulación de la mercancía.
- Para el vendedor, el riesgo de pérdida o daño a la mercancía se transmite cuando la mercancía está a bordo del buque.
- El comprador asume los costos de transporte principal, seguro, la mercancía y de los trámites aduaneros de importación. Además de los costos de transporte interno, la entrega y recepción de la mercancía en destino.
- El comprador es responsable de los riesgos de pérdida o daño de mercancía desde la entrega.

5.4. Determinación del medio de pago y cobro

La empresa SACIFE EXPORT S.A.C. para que pueda definir el medio pago que utilizará en la exportación de alfajor de maicena relleno con manjar de frejol colado endulzado con panela, analizará los siguientes criterios, según Mincetur:

- Los antecedentes comerciales y financieros del importador: Esto quiere decir que está en función a su solidez económica-financiera, y a su confiabilidad y reputación internacional. Para conseguir dicha información el exportador deberá solicitar el asesoramiento de su banco, debido que ellos manejan un sistema de inteligencia comercial y financiera, tanto a nivel local e internacional.

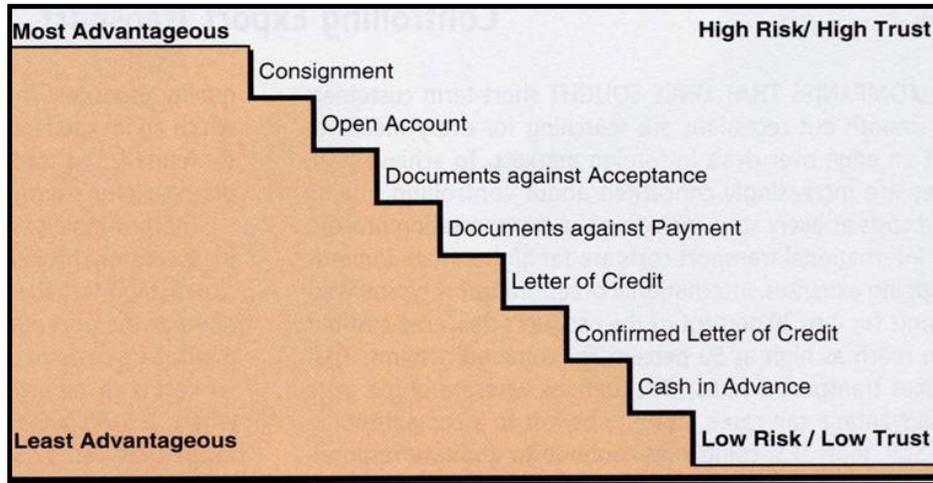
- El entorno económico de país del importador: Significa que el exportador debe tener una visión general sobre el panorama económico-político del país del importador.

- Los costos bancarios que implican la utilización de determinadas formas y medios de pago internacionales, en el cual el exportador debería comparar la utilización de determinado banco en función a costos, clasificación bancaria, y, finalmente, por disponibilidad y acceso de servicios y productos vinculados a medios de pago internacionales.

A continuación, se detalla los medios/formas de pagos que existen en el comercio internacional y los niveles de riesgo tanto para el exportador como para el importador:

BUYER'S PERSPECTIVE

SELLER'S PERSPECTIVE



Source: Adapted from Chase Manhattan Bank, Dynamics of Trade Finance (New York: Chase Manhattan Bank, 1984), 5

Figura N° 021: Riesgo en el medio de pago

En la figura N°018, se muestra que el exportador tiene menor riesgo con el medio de pago “Cash in advance” que significa pago por adelantado, pero el mayor riesgo le tendría el importador, así que no es usual pactar con ello. En todo caso sería necesario negociar con el importador para pactar con el “Confirmed letter of credit” que significa carta de crédito confirmada.

Mencionado lo anterior, la empresa SACIFE EXPORT S.A.C utilizará el pago mediante una carta de crédito irrevocable, confirmada, y a la vista debida a que es la primera exportación que se realizará con su cliente y por un tema de seguridad en recibir el pago por la mercancía enviada, se elegirá ese medio de pago.

Carta de crédito

Según (Siicex, 2016) indica que es el medio de pago internacional mediante el cual el banco del importador a solicitud de este (comprador), se compromete a pagar un exportador (vendedor) una cantidad determinada, siempre y cuando se cumplan todos los términos y condiciones de la carta de crédito.

Se detalla, el flujograma de carta de crédito:

- (1) El importador acudirá al banco (pagador) y solicitará la apertura de una carta de crédito a favor del exportador.
- (2) El banco pagador comunica al banco confirmador que se ha emitido una carta de crédito a favor del exportador (beneficiario).
- (3) El banco confirmador avisará al exportador.
- (4) El exportador realizará el embarque de la mercancía.
- (5) El exportador presentará la documentación del embarque al banco confirmador.
- (6) El banco confirmador envía toda la documentación del embarque al banco y solicita el pago.
- (7) El banco pagador enviará la documentación al importador para que realice el desaduanaje de la mercancía y el pago que se efectúe.

El tipo de carta de crédito que utilizará la empresa SACIFE EXPORT S.A.C, será: Irrevocable, confirmada y a la vista. A continuación, se explica el porque se elegirá esos 3 criterios:

Tabla N° 032: Tipos de carta de crédito

Tipos de carta de crédito	Características
Irrevocable	Es recomendable elegir esta opción porque no se podrá modificar o anular la carta de crédito sin el consentimiento de todas las partes.
Confirmada	El banco confirmador (adicional al banco pagador) añade su compromiso de pago al exportador cuando este presente los documentos en orden y de acuerdo a lo pactado.
A la vista	El banco pagador realizará el pago al exportador cuando el banco confirmador, verifica y comunica que los documentos del embarque de la mercancía está conforme con los términos y condiciones de la carta de crédito.

Fuente: (Promperu, 2015)
Elaboración propia.

5.5. Elección del régimen de exportación

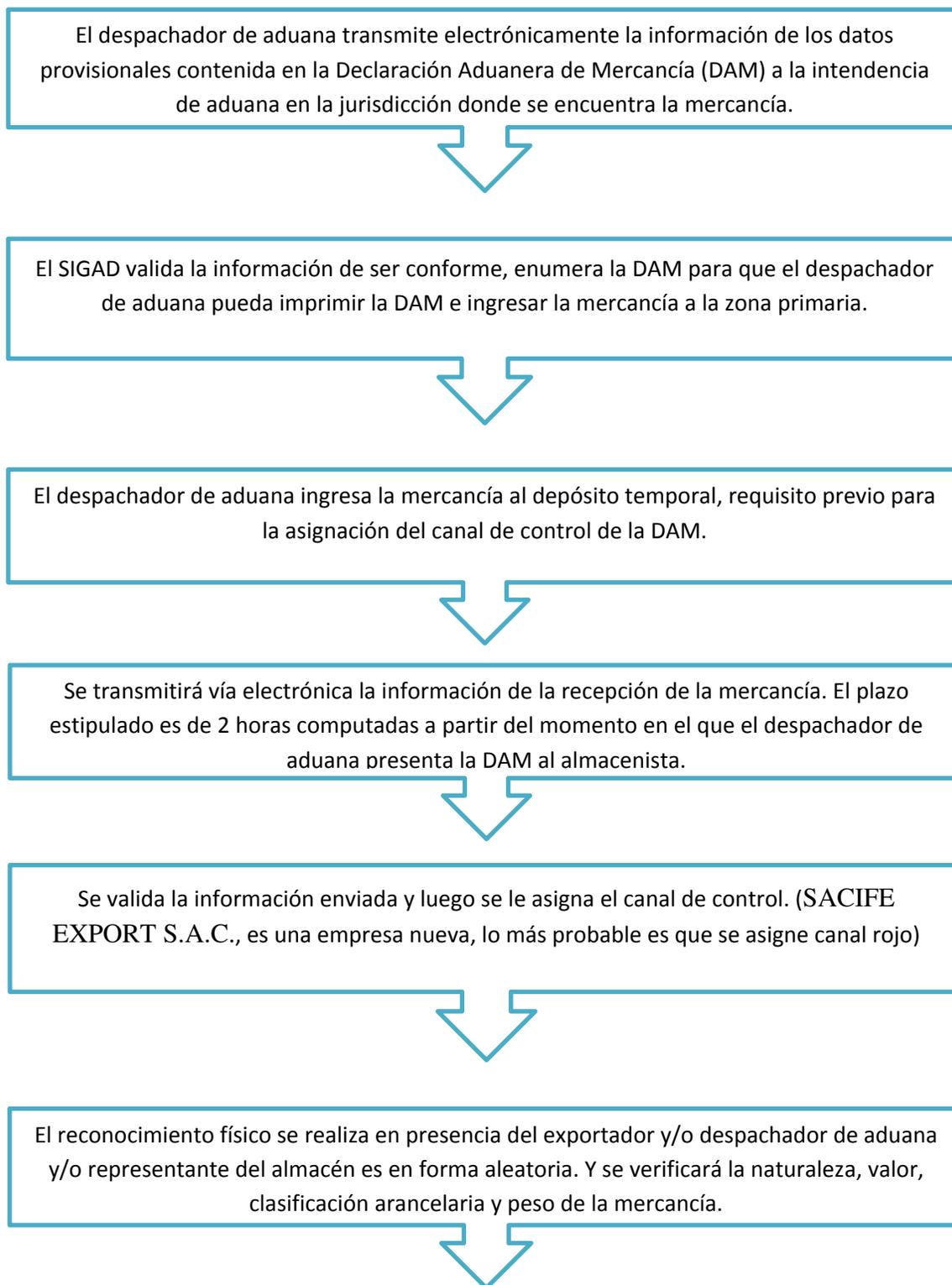
SACIFE EXPORT S.A.C. decidirá elegir el régimen “Exportación definitiva”.

Exportación definitiva

Según Siicex (2016) La exportación definitiva es el régimen aduanero aplicable a las mercancías en libre circulación que salen del territorio aduanero para su uso o consumo definitivo en el exterior.

5.6. Gestión Aduanera del comercio internacional

El proceso del despacho de aduanas se muestra a continuación, según SUNAT



Las mercancías deben ser embarcadas dentro del plazo de treinta (30) días calendario contados a partir del día siguiente de la numeración de la DAM con datos provisionales.



Las regularizaciones de la exportación se efectúan dentro del plazo máximo de treinta (30) días calendario contados a partir del día siguiente del término del embarque.

Figura N° 022: Proceso de despacho aduanero

Fuente: Elaboración propia

5.7. Gestión de las operaciones de exportación. Flujograma

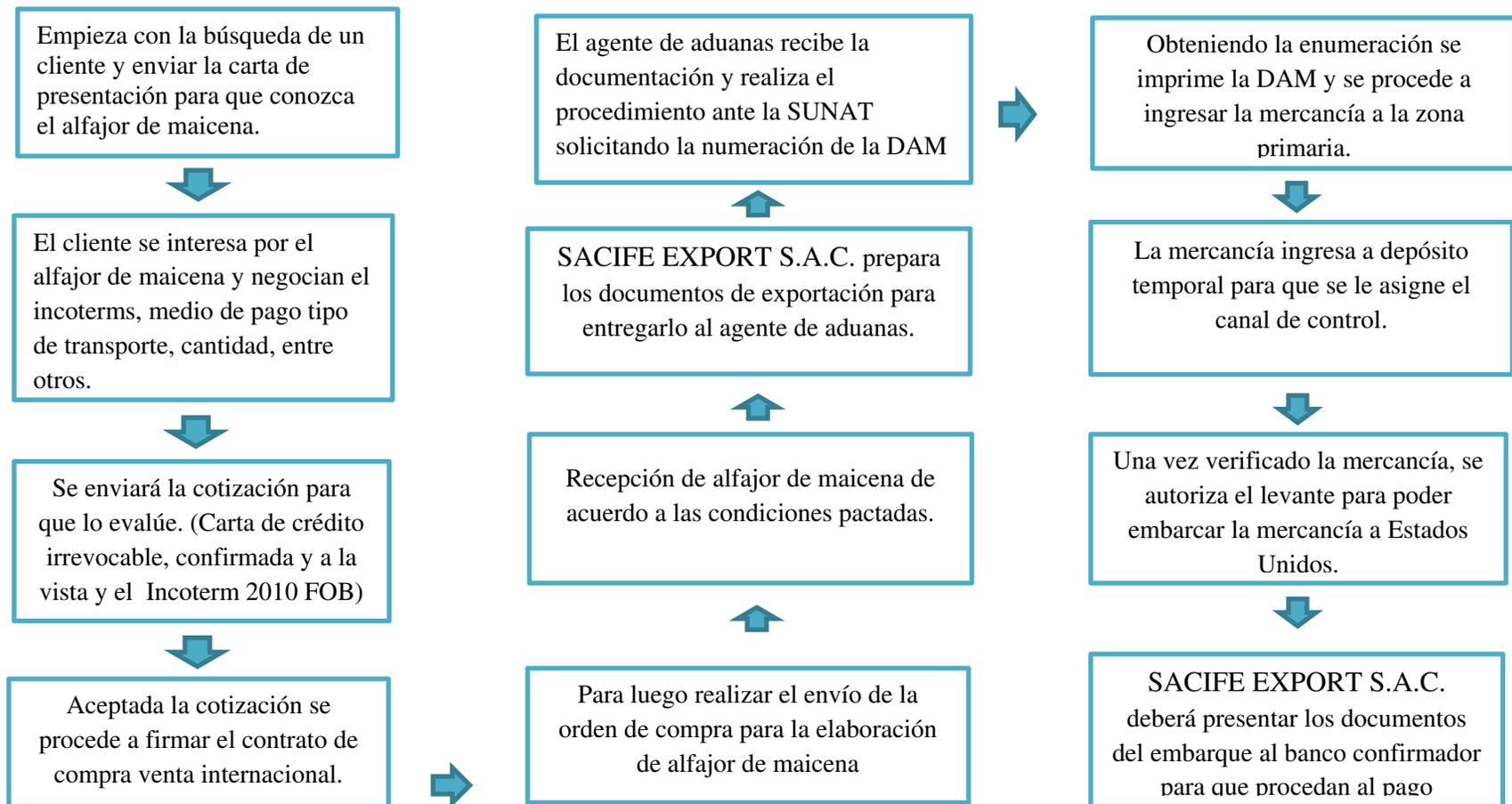


Figura N° 023: Flujograma de exportación

6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1. Inversión fija

6.1.1. Activos tangibles

La empresa SACIFE EXPORT S.A.C. tendrá estos activos tangibles

Tabla N° 033: Activos tangibles en S/.

MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA						
Item	descripcion	U.M.	cantidad	precio unitario	precio total S/.	Dólar
1	Mantenimiento de Oficina y Planta	unidades	1	S/. 800.00	S/. 800.00	\$ 242.42
2	Escritorio de oficina	unidades	4	S/. 200.00	S/. 800.00	\$ 242.42
3	Silla de oficina	unidades	4	S/. 41.00	S/. 164.00	\$ 49.70
4	Mesas de trabajo	unidades	2	S/. 50.00	S/. 100.00	\$ 30.30
5	Portabandejas	unidades	5	S/. 20.00	S/. 100.00	\$ 30.30
6	Accesorios	unidades	1	S/. 200.00	S/. 200.00	\$ 60.61
7	Pizarras Blancas	unidades	2	S/. 90.00	S/. 180.00	\$ 54.55
8	Estante	unidades	3	S/. 150.00	S/. 450.00	\$ 136.36
9	Cubiculo personal con Cajones	unidades	2	S/. 250.00	S/. 500.00	\$ 151.52
10	Candados	unidades	2	S/. 25.00	S/. 50.00	\$ 15.15
11	Extintor	unidades	2	S/. 200.00	S/. 400.00	\$ 121.21
12	Mesa de Reunion 2.20 * 1.5 mtrs	unidades	2	S/. 420.00	S/. 840.00	\$ 254.55
					S/. -	\$ -
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA			30		S/. 4,584.00	\$ 1,389.09
EQUIPOS DE COMPUTACION						
Item	descripcion	U.M.	cantidad	precio unitario	precio total	Dólar
13	Epson Multifuncional Expression XP-201 Imprime, Copia, Escanea	unidades	1	S/. 279.00	S/. 279.00	\$ 84.55
14	Notebook 15,6" Intel Core i5 8 GB 1 TB Silver	unidades	2	S/. 4,500.00	S/. 9,000.00	\$ 2,727.27
16	Notebook 15,6" Intel Core i3 4 GB 500 GB	unidades	2	S/. 2,500.00	S/. 5,000.00	\$ 1,515.15
EQUIPOS DE COMPUTACION			3		S/. 14,279.00	\$ 4,326.97
EQUIPOS DE OPERACIONES						
Item	descripcion	U.M.	cantidad	precio unitario	precio total	Dólar
		unidades	1	S/. -	S/. -	\$ -
					S/. -	\$ -
EQUIPOS DE OPERACIONES			1		S/. -	\$ -
TOTAL DE INVERSIONES FIJAS					S/. 18,863.00	\$ 5,716.06

Fuente: Elaboración propia T.C: S/. 3.30

En la tabla N° 39, se observa la inversión en activos tangibles que se utilizarán en la actividad que desarrolla la empresa. Están constituidos por los muebles y enseres como son los escritorios, sillas giratorias, estante de madera, mesa de reunión, etc. Asimismo, se encuentra la inversión en equipos.

6.1.2. Activos intangibles

Tabla N° 034: Activos intangibles en S/.

ACTIVOS INTANGIBLES			
NO RECUPERABLES			
	DESCRIPCION	VALOR S/.	Dólar
	ESTUDIO DEL PROYECTO	S/. 5,000.00	\$ 1,785.71
	GASTOS DE CONSTITUCIÓN	S/. 3,000.00	\$ 1,071.43
	PATENTE	S/. 4,000.00	\$ 1,428.57
	GASTOS DE PERMISOS DE EXPORTACIÓN	S/. 3,000.00	\$ 1,071.43
	TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS NO RECUPERABLES	S/. 15,000.00	\$ 5,357.14
RECUPERABLES			
			\$ -
	TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS RECUPERABLES	S/. -	\$ -
	TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	S/. 15,000.00	\$ 5,357.14

m

Fuente: Elaboración propia T.C: S/.3.30

Los activos intangibles están compuestos principalmente por los trámites de la constitución, patente, gastos de exportación y otros.

6.2.Capital de trabajo

Tabla N° 035: Capital de trabajo

DETERMINACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO				
	CONCEPTO		COSTO MENSUAL	COSTO MENSUAL
	SUELDOS		S/. 10,785.00	\$ 3,851.79
	MANTENIMIENTO DE OFICINA PLANTA		S/. 800.00	\$ 285.71
	SERVICIOS BÁSICOS		S/. 1,550.00	\$ 553.57
	TRANSPORTE		S/. 500.00	\$ 178.57
	SUMINISTROS DE OFICINA		S/. 200.00	\$ 71.43
	VIATICOS Y MOVILIZACIÓN		S/. 500.00	\$ 178.57
	MATERIA PRIMA		S/. 18,869.90	\$ 6,739.25
	TOTAL		S/. 33,204.90	\$ 11,858.89
	TOTAL ANUAL		S/. 398,458.80	\$ 142,306.71

Fuente: Elaboración propia T.C: S/.3.30

En la tabla N° 35, el capital de trabajo representa un monto mínimo de \$ 11,858.89 mensuales siendo los costos de Outsourcing, materia prima (ingredientes), sueldos los más significativos. Cabe resaltar que al proveedor El dulce hecho arte se le proveerá mensualmente los insumos y los materiales de envase.

6.3. Inversión total

Tabla N° 036: Plan de inversión

PLAN DE INVERSIÓN						
	ACTIVOS FIJOS				VALOR	Dólar
	MUEBLES Y ENSERES				S/. 4,584.00	\$ 1,637.14
	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				S/. 14,279.00	\$ 5,099.64
	EQUIPOS DE PRODUCCIÓN				S/. -	\$ -
	SUBTOTAL				S/. 18,863.00	\$ 6,736.79
	ACTIVOS DIFERIDOS					Dólar
	ESTUDIO DEL PROYECTO				S/. 5,000.00	
	GASTOS DE CONSTITUCIÓN				S/. 3,000.00	\$ 1,071.43
	PATENTE				S/. 4,000.00	\$ 1,428.57
	GASTOS DE PERMISOS DE EXPORTACIÓN				S/. 3,000.00	\$ 1,071.43
	GARATIA DEL LOCAL				S/. -	\$ -
	IMPREVISTO				S/. 599.12	\$ 213.97
	SUBTOTAL				S/. 15,599.12	\$ 5,571.11
	CAPITAL DE TRABAJO					
	SUELDOS				S/. 10,785.00	\$ 3,851.79
	MANTENIMIENTO DE OFICINA PLANTA				S/. 800.00	\$ 285.71
	SERVICIOS BASICOS				S/. 1,550.00	\$ 553.57
	TRANSPORTE				S/. 500.00	\$ 178.57
	SUMINISTROS DE OFICINA				S/. 200.00	\$ 71.43
	VIATICOS Y MOVILIDAD				S/. 500.00	\$ 178.57
	PRODUCTO				S/. 18,869.90	\$ 6,739.25
	SUBTOTAL				S/. 33,204.90	\$11,858.89
	TOTAL DE INVERSIONES				S/. 67,667.02	\$24,166.79

Fuente: Elaboración propia T.C: S/.3.30

El proyecto de los alfajores de maicena plantea una inversión anual de \$ 24,166.79 ; donde el capital de trabajo representa la el 60% esto se debe a que la producción total del producto ha sido tercerizado y no se ha invertido en maquinaria para la producción.

6.4. Estructura de inversión y financiamiento

Tabla N° 037: Financiamiento de la inversión

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION					
1	CAPITAL PROPIO				50%
2	CAPITAL FINANCIADA				50%
3	INVERSION INICIAL TOTAL				S/. 67,667.02
4					\$ 20,505.16
5	CAPITAL DE TRABAJO ANUAL				S/. 99,614.70
6	NECESARIO				\$ 30,186.27
	SUBTOTAL				\$ 50,691.43
	INVERSION TOTAL ANUAL				\$ 25,345.72

Fuente: Elaboración propia T.C: S/.3.30

La tabla anterior muestra la estructura de nuestra inversión y financiamiento; así como el 50% del total a invertir será cubierto por el préstamo bancario y lo restante con el aporte de 2 socios, es decir, \$ 12,672.86 por cada uno. El financiamiento será destinado totalmente a las actividades que contempla el capital de trabajo.

6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito

Tabla N° 038: Amortización

AMORTIZACION (TASA EFECTIVA ANUAL DE 27% --BCP PARA CAPITAL DE TRABAJO)					
MES	SALDO INICIAL	INTERES (27% TEA)	AMORTIZACIÓN	POR PAGAR	SALDO FINAL
0					\$ 25,345.72
1	\$ 25,345.72	\$ 570.28	\$ 2,500.00	\$ 3,070.28	\$ 22,845.72
2	\$ 22,845.72	\$ 514.03	\$ 2,500.00	\$ 3,014.03	\$ 20,345.72
3	\$ 20,345.72	\$ 457.78	\$ 2,500.00	\$ 2,957.78	\$ 17,845.72
4	\$ 17,845.72	\$ 401.53	\$ 2,500.00	\$ 2,901.53	\$ 15,345.72
5	\$ 15,345.72	\$ 345.28	\$ 2,500.00	\$ 2,845.28	\$ 12,845.72
6	\$ 12,845.72	\$ 289.03	\$ 2,500.00	\$ 2,789.03	\$ 10,345.72
7	\$ 10,345.72	\$ 232.78	\$ 2,500.00	\$ 2,732.78	\$ 7,845.72
8	\$ 7,845.72	\$ 176.53	\$ 2,500.00	\$ 2,676.53	\$ 5,345.72
9	\$ 5,345.72	\$ 120.28	\$ 2,500.00	\$ 2,620.28	\$ 2,845.72
10	\$ 2,845.72	\$ 64.03	\$ 2,500.00	\$ 2,564.03	\$ 345.72
11	\$ 345.72	\$ 7.78	\$ 345.72	\$ 353.50	\$ -0.00

Fuente: Elaboración propia T.C: S/.3.30

En la tabla anterior se puede observar que la deuda con el banco se acaba en once meses.

6.6. Presupuesto de costos.

Tabla N° 039: Costos administrativos

COSTOS ADMINISTRATIVOS		
CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Sueldos y salarios	S/. 11,670.65	S/. 140,047.80
Gastos de oficina	S/. 3,250.00	S/. 39,000.00
TOTAL	S/. 14,920.65	S/. 179,047.80
	\$ 4,521.41	\$ 54,256.91

Fuente: Elaboración propia T.C: S/.3.30

Tabla N° 040: Costos de venta

COSTOS DE VENTA				
CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Transporte nacional	S/. 450.00	S/. 5,400.00	\$ 136.36	\$ 1,636.36
Agente de Aduana	S/. 250.00	S/. 3,000.00	\$ 75.76	\$ 909.09
Agente de Carga	S/. 250.00	S/. 3,000.00	\$ 75.76	\$ 909.09
Gastos Operativos	S/. 330.00	S/. 3,960.00	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Almacenaje	S/. 460.00	S/. 5,520.00	\$ 139.39	\$ 1,672.73
Aforo o Previo (Físico)	S/. 200.00	S/. 2,400.00	\$ 60.61	\$ 727.27
Courier	S/. 50.00	S/. 600.00	\$ 15.15	\$ 181.82
Marketing	S/. 850.00	S/. 10,200.00	\$ 257.58	\$ 3,090.91
Outsourcing	S/. 1,000.00	S/. 12,000.00	\$ 303.03	\$ 3,636.36
viaticos	S/. 500.00	S/. 6,000.00	\$ 151.52	\$ 1,818.18
TOTAL	S/. 4,340.00	S/. 52,080.00	\$ 1,315.15	\$ 15,781.82

Fuente: Elaboración propia T.C: S/.3.30

Tabla N° 041: Costos operaciones

COSTOS OPERACIONALES			
CONCEPTO	TOTAL ANUAL	MENSUAL	CVU
Materia Prima	S/. 105,000.00	S/. 8,750.00	S/. 35.00
Bolsas 13 cm x 15 cm x15 cm (Empaque primario)	S/. 9,216.00	S/. 768.00	S/. 0.10
Caja de carton 17 cm x 15cm x 12 cm (Empaque Secundario)	S/. 13,824.00	S/. 1,152.00	S/. 0.15
Envase	S/. 1,198.80	S/. 99.90	S/. 0.30
Costos Indirectos de Fabricación (CIF)	S/. 78,000.00	S/. 6,500.00	S/. 6,500.00
Costos adicionales	S/. 1,200.00	S/. 100.00	S/. 100.00
FOB	S/. 18,000.00	S/. 1,500.00	
COSTOS OPERACIONALES	S/. 226,438.80	S/. 18,869.90	
CONCEPTO	\$ 68,617.82	\$ 5,718.15	

Fuente: Elaboración propia T.C: S/3.30

6.7. Punto de equilibrio

Tabla N° 042: Determinación del punto de equilibrio

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO						
CONCEPTO		ANUAL	MENSUAL	ANUAL	MENSUAL	
INGRESOS	S/.	382,889.27	S/.	31,907.44	\$ 136,746.17	\$ 11,395.51
COSTOS OPERACIÓN	S/.	226,438.80	S/.	18,869.90	\$ 80,871.00	\$ 6,739.25
COSTOS VENTAS	S/.	24,659.90	S/.	4,340.00	\$ 8,807.11	\$ 1,550.00
COSTOS FIJOS	S/.	179,047.80	S/.	11,415.00	\$ 63,945.64	\$ 4,076.79

Fuente: Elaboración propia T.C: S/.3.30

Se determinó que para el 2018 se requiere vender 75 988 unidades de cajas de alfajores de maicena para no generar pérdida ni ganancia. A continuación, la tabla indica el punto de equilibrio en soles y dólares.

Tabla N° 043: Determinación del precio de venta

DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA			
CONCEPTO		TOTAL	
Unidades de Mercadería		7200	
Costo total	S/.	28,274.90	\$ 10,098.18
Costo por unidad	S/.	3.93	\$ 1.40
Utilidad		60.00%	
Precio	S/.	6.28	\$ 2.24

Fuente: Elaboración propia T.C: S/.3.30

punto de equilibrio		75,988.72	
precio equilibrio	S/.	6.28	\$ 1.90
ingresos en equilibrio	S/.	477,460.80	\$ 144,685.09

Fuente: Elaboración propia T.C: S/.3.30

6.8. Presupuesto de ingresos

Tabla N° 044: Presupuesto de ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS						
DETALLE	0	1	2	3	4	5
Saldo Inicial	\$ 25,345.72					
Ingresos por Ventas		\$ 138,113.27	\$ 140,875.54	\$ 147,919.32	\$ 155,315.28	\$ 163,081.04
Total Egresos	\$ 25,345.72	\$ 163,458.99	\$ 138,114.27	\$ 140,877.54	\$ 147,922.32	\$ 155,319.28

Fuente: Elaboración propia T.C: S/.3.30

El presupuesto de ingresos será únicamente de las ventas realizadas durante el año, y fue proyectado por cinco años desde el 2018 al 2022.

6.9. Presupuesto de egresos

Tabla N° 045: Presupuesto de egresos

PRESUPUESTO DE EGRESOS						
DETALLE	0	1	2	3	4	5
Compras		\$ 5,718.15	\$ 5,718.15	\$ 5,718.15	\$ 5,718.15	\$ 5,718.15
Gastos administrativos		\$ 66,075.09	\$ 83,061.25	\$ 90,741.02	\$ 106,653.10	\$ 135,261.97
Gastos de Ventas		\$ 10,827.27	\$ 11,446.91	\$ 11,817.72	\$ 12,214.91	\$ 12,982.35
Gastos de Operaciones		\$ 5,418.18	\$ 5,743.27	\$ 6,013.86	\$ 6,251.94	\$ 6,636.97
Gastos Financiero		\$ 3,179.31	0	0	0	0
Impuesto a la Renta		\$ 16,539.00	\$ 13,214.70	\$ 12,927.77	\$ 10,387.47	\$ 4,228.47
Total Egresos	\$ -	\$ 107,757.02	\$ 119,184.29	\$ 127,218.51	\$ 141,225.58	\$ 164,827.91

Fuente: Elaboración propia T.C: S/.3.30

Los egresos están constituidos por los gastos de operación, gastos administrativos, compras, ventas, financiero y el impuesto a la renta.

6.10. Flujo de caja proyectado

Tabla N° 0 46: Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA						
AÑO	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD		\$ 36,661.46	\$ 29,292.59	\$ 28,656.55	\$ 23,025.56	\$ 9,373.10
APORTE SOCIOS	\$ 25,345.72					
PRESTAMO BANCARIO	\$ 25,345.72					
(+)INVERSION INICIAL	\$ 50,691.43					
PAGOS DE CAPITAL		\$ 28,525.03	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO		\$ 2,500.00				
	-\$ 50,691.43	\$ 10,636.43	\$ 29,292.59	\$ 28,656.55	\$ 23,025.56	\$ 9,373.10

Fuente: Elaboración propia T.C: S/.3.30

En la tabla anterior se muestra, el flujo operativo para los 5 años del proyecto; se toma en cuenta la utilidad, el aporte de los socios, el préstamo bancario.

6.11. Estado de ganancias y pérdidas

Tabla N° 047: Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
	AÑO				
	1	2	3	4	5
VENTAS	S/. 437,587.74	S/. 446,339.49	S/. 468,656.47	S/. 492,089.29	S/. 516,693.76
(-) COSTO DE VENTAS	S/. 153,850.00	S/. 156,927.00	S/. 164,773.35	S/. 173,012.02	S/. 181,662.62
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	S/. 283,737.74	S/. 289,412.49	S/. 303,883.12	S/. 319,077.27	S/. 335,031.14
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/. 77,874.21	S/. 81,489.35	S/. 85,276.89	S/. 89,245.20	S/. 93,403.06
(-)GASTOS DE VENTAS	S/. 12,671.43	S/. 13,391.00	S/. 13,827.38	S/. 14,294.94	S/. 15,148.50
AGENTE DE ADUANA	S/. 1,071.43	S/. 1,125.00	S/. 1,192.50	S/. 1,252.13	S/. 1,289.69
AGENTE DE CARGA	S/. 1,071.43	S/. 1,135.71	S/. 1,203.86	S/. 1,239.97	S/. 1,264.77
GASTOS OPERATIVOS	S/. 1,414.29	S/. 1,499.14	S/. 1,559.11	S/. 1,605.88	S/. 1,718.29
ALMACEN	S/. 1,971.43	S/. 2,089.71	S/. 2,194.20	S/. 2,303.91	S/. 2,465.18
AFORO O PREVIO (FISICO)	S/. 857.14	S/. 908.57	S/. 926.74	S/. 954.55	S/. 1,021.36
COURIER	S/. 214.29	S/. 227.14	S/. 227.14	S/. 233.96	S/. 250.33
MARKETING	S/. 3,642.86	S/. 3,861.43	S/. 3,938.66	S/. 4,056.82	S/. 4,340.79
TRANSPORTE NACIONALES	S/. 1,928.57	S/. 2,044.29	S/. 2,085.17	S/. 2,147.73	S/. 2,298.07
VIATICOS	S/. 500.00				
(-)GASTOS FINANCIEROS	S/. 13,758.41	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
INTERES PRESTAMO	S/. 13,758.41	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	S/. 179,433.68	S/. 194,532.14	S/. 204,778.84	S/. 215,537.14	S/. 226,479.58
IMPUESTO A LA RENTA	S/. 52,932.94	S/. 57,386.98	S/. 60,409.76	S/. 63,583.46	S/. 66,811.48
UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO	S/. 126,500.74	S/. 137,145.16	S/. 144,369.09	S/. 151,953.68	S/. 159,668.10

Fuente: Elaboración propia

El estado de ganancias y pérdidas de la empresa muestran una utilidad neta del ejercicio al primer año de 126, 500.74 soles y al quinto año de 159,668.10 soles, mostrando un incremento en cada año.

6.12. Evaluación de la inversión

6.12.1. Evaluación económica

Tabla N° 0 48: Van y Tir económico

VAN=	-\$ 59,743.47	+	\$ 99,355.52	+	\$ 137,145.16	+	\$ 144,369.09	+	\$ 151,953.68	+	\$ 159,668.10
			1.2		1.44		1.728		2.0736		2.48832

INDICADORES	ESCENARIO MODERADO
VAN económico	\$ 120646.84
TIR económico	38%

Fuente: Elaboración propia T.C: S/.3.30

Para evaluar económicamente el plan se ha hallado el van económico y la tasa de descuento económica. Se ha determinado que se acepta el plan pues el valor económico actual neto es positivo y presenta un monto considerable.

6.12.2. Evaluación financiera

Tabla N° 0 49: Van y Tir financiero

VAN =	-\$50,691.43	+	$\frac{\$ 10,636.43}{1.2}$	+	$\frac{\$ 29,292.59}{1.44}$	+	$\frac{\$ 28,656.55}{1.728}$	+	$\frac{\$ 23,025.56}{2.0736}$	+	$\frac{\$ 9,373.10}{2.48832}$
-------	--------------	---	----------------------------	---	-----------------------------	---	------------------------------	---	-------------------------------	---	-------------------------------

INDICADORES	ESCENARIO MODERADO
VAN financiero	\$ 111351.83
TIR financiero	28%

Fuente: Elaboración propia T.C: S/.3.30

La evaluación financiera realizada por la empresa contempla el cálculo del van financiero donde se muestra que si resulta conveniente llevar a cabo el plan.

6.12.3. Evaluación social

El plan de negocios de alfajores de maicena no genera ningún conflicto entre los grupos sociales, se generará trabajo para los proveedores de insumos, siempre buscando el beneficio para ambas partes.

Asimismo, se ofrece al mercado un producto de calidad y con cualidades nutritivas; generando beneficios para la salud de nuestros clientes. Finalmente se genera empleo directo por nuestra empresa e indirectamente por el outsourcing.

6.12.4. Impacto ambiental

Desde el inicio nuestra empresa utiliza insumos de calidad desde la maicena hasta el frejol negro. Además, en la tercerización se supervisará todo el proceso productivo hasta el empaquetado y embalaje, nuestra empresa no tendrá un impacto ambiental negativo sino desarrolla un plan sostenible.

6.13. Evaluación de costo de oportunidad de capital de trabajo

Tabla N° 050: Costo de oportunidad

Kproy	Costo de capital propio	14.46%
Rf	Tasa libre de riesgo	0.89%
β	Beta del sector (Building Materials)	1.39
$R_m - R_f$	Prima por riesgo de mercado	7.64%
RP	Prima por riesgo país	2.95%

Fuente: Elaboración propia

El costo de oportunidad se estimó en base a la tasa libre de riesgo, beta del sector, prima por riesgo del mercado y prima por riesgo país.

6.14. Cuadro de riesgo de tipo de cambio.

Tabla N° 051: Cuadro de riesgo

INDICADORES	ESCENARIO MODERADO	ESCENARIO OPTIMISTA	ESCENARIO PESIMISTA
VAN económico	135,445.90	419,882.29	501,149.83
VAN financiero	134,879.81	418,127.41	499,055.30
TIR económico	49%	152%	181%
TIR financiero	48%	149%	178%

Fuente: Elaboración propia, T.C: S/ 3.30

La evaluación del impacto del tipo de cambio se ha medido estableciendo tres escenarios. El primero con el TC actual de 3.3 aproximadamente la rentabilidad es la proyectada para el año 2018 y resulta rentable.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- Se concluyó que la idea de negocio de SACIFE EXPORT S.A.C, permitirá generar fuentes de trabajo. Actualmente, existe una alta tendencia al consumo de alimentos naturales sin azúcar en el exterior lo cual hace que su precio se incremente.
- Se concluyó que la creación de la microempresa SACIFE EXPORT S.A.C con el objetivo de exportar alfajores de maicena con relleno de manjar de frejol colado endulzado con panela en cajas, representa una oportunidad de negocio atractiva desde el punto de vista económico, esta viabilidad se ve reflejada en los resultados financieros obtenidos: VAN \$ 120,646.84 y un TIR de 38%.
- Se concluyó que el país seleccionado, Estados Unidos, California, presenta características positivas que ayudarán al desarrollo del presente plan de exportación, tales como: Economía estable, riesgo país bajo, políticas de apertura e intercambio comercial.
- Se concluyó que el mercado objetivo seleccionado, Los Ángeles – California, presenta características que benefician el desarrollo del presente plan de exportación como: Existe un número importante de consumidores potenciales (obesos y diabéticos); existe demanda de productos elaborados a base de frejol debido a sus propiedades en beneficio de la salud.
- Se concluyó que la inversión inicial requerida para llevar a cabo el presente plan de exportación no se considera una limitante, la inversión puede ser asumida con recursos propios o con financiamiento.

7.2. Recomendaciones

- Se recomienda diversificar nuevos mercados para ofrecer el alfajor de maicena debido que de esta manera no dependeremos de un solo país y obtendremos más opciones para generar ingresos.
- Se recomienda incrementar y optimizar los canales de comercialización del producto; es necesario buscar e incrementar el número de distribuidores en destino, con el objetivo de incrementar los volúmenes de venta y reducir costos. (Economía de escala)
- Se recomienda que el empresario se involucre directamente en el mercado de destino y con el consumidor final, con la finalidad de estar actualizado sobre las nuevas tendencias de mercado y las exigencias de los mismos.
- Se recomienda establecer una relación a mediano y largo plazo con los distribuidores estadounidenses con el objetivo de posicionar el producto en los supermercados de alimentos naturales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ❖ *Aptitus*. (2015). Obtenido de <http://aptitus.com/blog/postulantes/tips-aptitus/contrato-de-trabajo-en-peru-iii/>
- ❖ *Census*. (2017). Obtenido de <https://www.census.gov/topics/population.html>
- ❖ *FIBL*. (2017). Obtenido de <http://www.fibl.org/en/switzerland/development/publications-development.html>
- ❖ INDECOPI. (15 de Abril de 2017). Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
- ❖ Maps, G. (2017). *Google Maps*. Recuperado el 15 de Marzo de 2017, de <https://www.google.com.pe/maps/place/Av.+Canta+Callao/@-11.9977759,-77.1160422,15z/data=!4m5!3m4!1s0x9105ce77ad8b029d:0x8270521acc208903!8m2!3d-11.9729459!4d-77.0878759>
- ❖ MunLima. (18 de Marzo de 2016). Obtenido de <http://www.munlima.gob.pe/licencias-de-funcionamiento>
- ❖ *ProChile*. (2017). Obtenido de http://www.prochile.gob.cl/documentos/?s_palabra_clave=&s_tipos_documentos%5B%5D=estudio-de-mercado
- ❖ *Prompex*. (2014). Obtenido de <http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=745FEC42-9A2E-4370-90AC-E96E1B51A55D.PDF>
- ❖ *Promperu*. (2015). Obtenido de <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=711E2091-A8F8-4BC0-B1B2-E4649C6CDE02.PDF>
- ❖ *Pymex*. (12 de 01 de 2015). Obtenido de <https://pymex.pe/pymes/estrategias-de-crecimiento/conoce-los-beneficios-del-regimen-laboral-especial-para-las-pymes>
- ❖ Siicex. (2015). Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/1025163015radB52B3.pdf>
- ❖ *Siicex*. (2016). Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/960767905rad810CE.pdf>

- ❖ Siicex. (15 de Abril de 2017). Recuperado el 31 de Marzo de 2017, de http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=%201905909000%20&pnomproducto=%20LOS%20DEM%C1S
- ❖ Sunat. (2017). Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/nomenclaturaarancelaria/>
- ❖ SUNAT. (16 de Abril de 2017). Recuperado el Mayo, de <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/pasos/paso1.pdf>
- ❖ SUNAT. (16 de Abril de 2017). Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/dl-1086.pdf>
- ❖ SUNAT. (15 de Marzo de 2017). Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/pasos/paso4.pdf>
- ❖ SUNAT. (15 de Marzo de 2017). Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica>
- ❖ TRade, S. (2017). Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados>
- ❖ Trademap. (2017). Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3|190590|6|1|1|1|2|1|2|1
- ❖ Trademap. (2017). Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3|190590|6|1|1|2|1|2|1|1
- ❖ Trademap. (2017). Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|190590|6|1|1|2|2|1|2|1|1
- ❖ Trademap. (10 de Julio de 2017). Recuperado el 04 de Abril de 2017, de http://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3|190590|6|1|1|1|1|1|2|1|1
- ❖ *Trade Santander*. (2017). Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados>

ANEXOS

Anexo N°1:

CONTRATO DE COMPRA: EXPORTACIÓN DE ALFAJORES DE MAICENA CON RELLENO DE FREJOL COLADO ENDULZADO CON PANELA

Por medio del presente se HACE CONSTAR, que se suscribe por triplicado con igual tenor y valor, el contrato de Compra Venta que celebren SACIFE EXPORT S.A.C., empresa constituida bajo las leyes de Perú, inscrita en la ficha 1940299 en el Registro de Empresas, señalando domicilio para efectos del presente contrato en la Avenida Canta callao N° 940 – San Martin de Porres, debidamente representada por la señora Sandy Quispe Aguilar, identificado con DNI: 45491171 (a quien en adelante se le denominará “El vendedor”) y de la otra parte, Empresa importadora Parkside Market , señalando domicilio para efectos del siguiente contrato en la 116 Washington Ave., C Richmond CA 94810, a quien en adelante se le denominará “El Comprador”, en los términos y condiciones siguientes:

ANTECEDENTES

- SACIFE EXPORT S.A.C., es una sociedad constituida por escritura pública de fecha 10 de julio del 2016 ante el notario público de Lima, doctor Alex Rodríguez Mori, cuyo objetivo social es legalizar.
- **Empresa importadora,** una sociedad constituida por escritura pública de fecha 28 de marzo del 2001, otorgada por el Notario Público, cuyo objetivo social es la importación y distribución de productos alimenticios.

PRIMERA (OBJETIVO DEL CONTRATO)

Habiéndose considerado las actividades que cada una de las partes realiza , éstas dejan constancia por el presente documento, y siendo voluntad de ambas partes celebrar un Contrato de Compra Venta internacional de mercaderías, las cuales deberán cumplir con las siguientes condiciones:

- Mercadería: Alfajor de maicena con relleno de manjar de frejol colado endulzado con panela.

- **Presentación:** Será presentado como envase primario, bolsa stand up la cual contendrá los alfajores de maicena con relleno de manjar de frejol colado con un contenido de 260 gramos y una vida útil del producto de 6 meses, contenido en un envase secundario, caja de cartón de doble corrugado de triple pared (debidamente rotulado).
- **Cantidad:** 7200 cajas de cartón de 260 gramos cada una.
Asimismo, **“El Comprador”** se compromete a pagar la mercadería enviada una vez recibida en el lugar propuesto por ambas partes.

SEGUNDA (OBLIGACIONES DEL VENDEDOR)

Son obligaciones de **“EL VENDEDOR”**:

“EL VENDEDOR” se compromete a transportar y entregar la mercancía en el lugar, plazo determinado, previo al acuerdo y en las condiciones requeridas por **“El comprador”**.

“El vendedor” debe dar a **“El comprador”** aviso suficiente de que la mercancía ha sido entregada.

“El vendedor” debe pagar los gastos de aquellas operaciones de verificación, comprobar la calidad de la mercancía, medida, peso y recuento.

“El vendedor” debe proporcionar el embalaje requerido para el transporte de la mercancía, en la medida en que las circunstancias relativas al transporte sean dadas a conocer a **“El vendedor”** antes del término del contrato de compraventa. El embalaje ha de ser marcado adecuadamente.

“El vendedor” debe prestar a **“El comprador”**, con riesgo de éste último la ayuda precisa para obtener cualquier documento o mensaje electrónico equivalente emitido en el país de expedición y/o de origen que **“El comprador”** pueda requerir para la importación de la mercancía y, si es necesario, para su tránsito en cualquier país.

“El vendedor” debe proporcionarse, a pedido de **“El comprador”**, la información necesaria para obtener un seguro.

TERCERA: (OBLIGACIONES DEL COMPRADOR)

“El comprador” debe pagar el precio según lo dispuesto en la Cláusula Quinta del presente contrato.

“El comprador” debe obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de importación o autorización y realizar, si es necesario, todos los trámites aduaneros, para la importación de la mercancía y, si es necesario, para tránsito de cualquier otro país.

“El comprador” deberá pagar todos los gastos relativos a la mercancía desde el momento en que haya recibido la carga, así como de cualquier otro gasto adicional en que haya incurrido.

“El comprador” debe pagar los gastos previos al embarque de la mercancía, excepto cuando la inspección, sea ordenada por las autoridades del país de exportación.

“El comprador” debe cubrir todos los gastos que haya incurrido en obtener los documentos y/o mensajes electrónicos que confirmen la entrega de la mercancía, así como reembolsar aquellos gastos incurridos por “El vendedor” al prestar su ayuda al respecto.

CUARTA: (TRASPASO DE RIESGO Y DE LA PROPIEDAD)

El modo de entrega de la mercancía en el presente contrato será a través del FOB Callao (Free on board), donde “El vendedor” realiza la entrega cuando la mercancía se encuentra a bordo del buque en el puerto de embarque convenido. Ello significa que, “El Comprador” debe soportar los costos y riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde aquel punto.

“El vendedor” debe entregar la mercancía a bordo del buque designado por “El comprador” en la fecha o dentro del plazo acordado, en el puerto de embarque convenido.

“El comprador” debe soportar los riesgos de pérdida o daño de la mercancía hasta el momento en que se encuentre a bordo del buque en el puerto de embarque convenido.

“El comprador” debe contratar el transporte de las mercancías desde el puerto de embarque convenido.

QUINTO: (PRECIO Y MODALIDAD DE PAGO)

Como resultado de la valorización de la mercancía, el precio pactado por las partes es US\$ 11.08 dólares americanos, el cual será cancelado por “el comprador” a través de crédito documentario.

“El comprador” realizará el pago el primer embarque la suma de **US\$ 79,776**

.

La carta de crédito estará a cargo por el **BBVA Banco continental**, que incluye los intereses compensatorios a una Tasa Efectiva Mensual de 3.5% **DDF**

Ambas partes dejan expresa constancia de que el precio es requerido y pagado por el importador, pero el pago va a ser negociado y pago en 50% por ambas partes.

Asimismo, en caso que el precio no sea pagado dentro del plazo acordado por las partes, se ejecutará automáticamente la Carta de crédito por parte de “El vendedor”, a fin de garantizar el pago de la mercancía vendida y embarcada al punto de embarque determinado por “El comprador”.

SEXTA: MARCAS REGISTRADAS, SECRETO PROFESIONAL Y PROPIEDAD INDUSTRIAL DEL VENDEDOR

“El comprador” no utilizará las marcas comerciales, los nombres registrados ni violará el secreto profesional de “El vendedor” con fines de lucro sin autorización previa el “El vendedor”.

“El comprador” se compromete a no registrar ni solicitar el registro de ningún nombre, marca comercial o símbolos de “El vendedor” (o de otros similares que induzcan a confusión con los de “El vendedor”) en el territorio de llegada de la mercancía o en cualquier otro lugar.

SEPTIMA: CONDICION RESOLUTORIA

En todo lo previsto por el presente contrato, quedará resuelto sin responsabilidad alguna para las partes si, con anterioridad a la fecha de entrega de la mercancía acordada en el presente Contrato, tanto “El vendedor” como “el comprador” no han obtenido las debidas autorizaciones, licencias de exportación e importación y trámites aduaneros correspondientes a la mercancía por parte de sus representantes legales. En caso de producirse la presente condición resolutoria, “El vendedor” procederá a la restitución de todas las cantidades entregadas por el “El comprador” en virtud del presente contrato.

OCTAVO: ARBITRAJE

Todas las partes se someten a la decisión inapelable de un Tribunal Arbitral, en caso exista controversia o desacuerdo entre las partes que se derive de la interpelación o ejecución del presente acuerdo. Dicho tribunal estará compuesto por tres miembros, uno de las cuales será nombrado por cada una de las partes y el tercero será designado por los árbitros así nombrados. Si no existiera acuerdo sobre la designación de este tercer árbitro o si cualquiera de las partes no se designase al suyo dentro de los diez días de ser requerida por la otra parte, el nombramiento correspondiente será efectuado por la Cámara de Comercio de Lima.

El arbitraje será derecho y será sujeta a las normas de procedimientos establecidos por el Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Lima.

Cualquier divergencia derivada o relacionada con el presente contrato se resolverá definitivamente con el reglamento de conciliación y arbitraje de la 81 Cámara de Comercio de Internacional por uno o más árbitros nombrados conforme a este reglamento.

Toda cuestión relacionada con el presente contrato que no esté expresada o tácitamente establecida por las disposiciones de este Contrato se regirá por

los principios legales generales reconocidos en comercio internacional,
exclusión de las leyes nacionales.

Firmado en Lima a los 25 días del mes de Junio del 2017

EL VENDEDOR

EL COMPRADOR

Anexo N° 2:

COTIZACIÓN DEL PROVEEDOR DE OUTSOURCING

PROFORMA DEL SERVICIO DE PRODUCCIÓN DE LOS ALFAJORES DE MAICENA

Somos la empresa EL DULCE HECHO ARTE, actualmente estamos ofreciendo el servicio de producción de productos de pastelería a diversas empresas que deseen venderlos bajo su marca.

Nuestro servicio consta de ofrecerle la preparación de las galletas de maicena y del manjar de frejol colado, Ustedes nos brindarán únicamente los siguientes insumos para el procesamiento:

- Maicena
- Mantequilla
- Panela
- Canela
- Frejol negro
- Leche

Los costos que le brindaremos por el servicio de producción serán los siguientes:

Cantidad de Alfajores	Costo de producción
7500 unidades	S/. 0.50
7600 unidades	S/. 0.40
7700 unidades	S/. 0.30

*Costos NO incluyen IGV

Esperemos que nuestro ofrecimiento así como los precios que le hemos expuesto sean óptimos para los fines de su empresa.

Cualquier consulta no dude en comunicarse con nosotros.

Muchas gracias

ATTE.

Juan Carlos Torres Tapia

Gerente general

El dulce hecho arte.

Anexo 3: Cotización Agencia de carga



Estimada Sandy Quispe Aguilar, adjunto lo solicitado.

SUDAMERICA							
	PAIS	MONEDA	FLETE	PESO/VOL	MÍNIMO	T/T	FRECUENCIA
ORIGEN							
SANTOS	BRASIL	USD	10	TN/M3	10	18	SEMANAL
****RIO GRANDE	BRASIL	USD	15	TN/M3	15	25	SEMANAL
****NOVO HAMBURGO	BRASIL	USD	15	TN/M3	15	25	SEMANAL
****CANOAS	BRASIL	USD	15	TN/M3	15	25	SEMANAL
****RIO DE JANEIRO	BRASIL	USD	15	TN/M3	15	25	SEMANAL
****ITAJAI	BRASIL	USD	15	TN/M3	15	25	SEMANAL
****CURITIBA	BRASIL	USD	15	TN/M3	15	25	SEMANAL
***BUENOS AIRES	ARGENTINA	USD	25	TN/M3	29	15	SEMANAL
**BUENAVENTURA	COLOMBIA	USD	5	TN/M3	10	3	SEMANAL
VALPARAISO	CHILE	USD	5	TN/M3	5	4	SEMANAL
LOS ANGELES	USA	USD	30	TN/M3	30	11	SEMANAL
MANZANILLO	MEXICO	USD	10	TN/M3	15	8	SEMANAL

Buenos días, a continuación, enviamos nuestras tarifas de Fletes marítimos en carga de LCL.

Gastos en destino

Desconsolidación : s/. 110*tn/m3

Atte

Sandy Estrella Berrospi

Email: sandy.estrella@beagle.com.pe

telefono : 957278664

Anexo 4: Cotización de laptops en Saga Falabella

HP

Notebook 15,6" Intel Core i5 8 GB + 1 TB

Precio: S/. 4499

Esta notebook te ofrece los recursos correctos por el precio adecuado. Almacenamiento confiable y potencia que ofrecen un valor insuperable. Además su batería de buena duración y su diseño duradero te permitirán usarla por mucho más tiempo ¡HP es tecnología a tu alcance!

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

- Marca: HP
- Modelo: 15-AX002LA
- Sistema operativo: Windows 10
- Procesador: Intel Core i5
- Velocidad del procesador: 2.6 GHz
- Núcleos del procesador: Quad Core
- Memoria RAM: 16 GB
- Disco duro: 1 TB
- Tamaño de pantalla: 15,6 pulgadas
- Tipo de pantalla: LED
- Resolución de pantalla: Full HD
- Duración de la batería hasta 9 horas
- 2 x USB 2.0
- 2 x USB 3.0
- HDMI
- Peso: 2,2 kg

DIMENSIONES

- Alto: 2,4 cm
- Ancho: 38,2 cm
- Profundidad: 25,2 cm

INFORMACIÓN ADICIONAL

- Garantía del proveedor: 1 año

SATISFACCIÓN GARANTIZADA POR LA COMPRA DE TU PRODUCTO

- Todas tus compras a través de Sagafalabella.com y Fono compras cuentan con nuestra Satisfacción Garantizada. Si no quedas conforme con el producto, lo cambiamos o te devolvemos el dinero

