



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

**EXPORTACIÓN DE FILTRANTES A BASE DE HOJAS DE
GUANÁBANA A NUEVA YORK- ESTADOS UNIDOS**

**PRESENTADA POR
MARIA KATHIA QUISPE ROJAS**

**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/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS
HUMANOS**

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**EXPORTACIÓN DE FILTRANTES A BASE DE HOJAS DE
GUANÁBANA A NUEVA YORK- ESTADOS UNIDOS**

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

Presentado por:

QUISPE ROJAS MARIA KATHIA

Lima – Perú

2017

DEDICATORIA

Dedico de este trabajo a mis padres por todo su sacrificio y esfuerzo constante, porque siempre confiaron en mí brindándome su comprensión y amor, ayudándome a salir adelante en todo momento.

A mis hermanos por ser mi inspiración y motivación constante para poder superarme cada día más.

A esa persona especial que con sus palabras de aliento no me dejaban decaer para que sea perseverante y cumpla con mis objetivos.

A aquella mejor amiga que me brindó su apoyo haciendo que este trabajo sea una experiencia especial.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis profesores de asesoría porque me transmitieron sus conocimientos para poder culminar esta etapa de mi vida y motivarme a continuar con mis objetivos profesionales. Asimismo, agradezco a mis padres y hermanos, los cuales se esforzaron por ayudarme a llegar donde me encuentro, ofreciendo sus sabios conocimientos para lograr mis metas.

Por último, agradecer a todos por su valioso aporte.

RESUMEN EJECUTIVO

Healthy Leaves es una propuesta de exportación innovadora que tiene como producto principal los filtrantes a base de hojas de guanábana hacia el mercado de New York – Estados Unidos. Se pudo obtener información sobre la materia prima del producto y sobre los beneficios de prevención que se obtiene al consumir este producto en la presentación a exportar. Se observó en los últimos 5 años, las estadísticas de exportación de guanábana hacia el mercado de Estados Unidos son alentadoras, se consideró una buena oportunidad de incursionar en el mercado de New York debido a las facilidades de acceso y porque la población conoce la fruta de la materia prima de nuestro producto.

La propuesta de valor de Healthy Leaves, está basada en mejorar constantemente el estilo de vida del ciudadano de New York, ya que gracias a las propiedades antitumorales, medicinales y anticancerígenas, el producto se convierte en un suplemento medicinal ideal para personas que desean llevar un mejor estilo de vida. La marca del producto fue definida adaptándonos al mercado destino, considerando imágenes para mayor detalle y de empaque de color blanco y verde para poder llamar la atención de los compradores. La marca Healthy Leaves busca posicionarse en Estados Unidos, estado de New York, brindando un producto de calidad y cumpliendo los requisitos para ingreso en el país destino. El mercado objetivo se definió utilizando las variables de Población, consumo per cápita, ingreso promedio, Obstáculos Burocráticos, Barreras de Acceso y Afinidad Cultural, resultado como el destino más adecuado el país de Estados Unidos. Para

la definición del mercado objetivo, se consideró un 8.55% de participación de mercado inicial, lo que nos da un resultado de 112,500 como público objetivo, que tienen una frecuencia de consumo promedio de dos filtranter por semana.

Aun considerando una participación de mercado mínima para el primer año de operaciones, la comercialización de Healthy Leaves es viable al generar ingresos suficientes para obtener una utilidad neta de \$ 56,722.59 dólares en el primer año de operación, considerando embarques mensuales, cada uno de 4500 cajas de 50 sobres del producto por contenedor. Para el año final se proyectan ventas por 62,495 cajas de 50 und de Healthy Leaves, habiendo aumentado el volumen de ventas en un 15.73% con respecto al primer año de operaciones, generando una utilidad para el último periodo de \$ 97,401.68.

Para los primeros cinco años de operaciones, el proyecto tendrá un VAN Económico de \$ 28,786.46 dólares y una Tasa Interna de Retorno del 24.83% En cuanto al VAN Financiero de \$32,280.70 dólares y una Tasa Interna de Retorno del 27.06%

Un producto excepcional, un mercado de demanda creciente y estrategias de marketing de primer nivel, hacen viable la comercialización de Healthy Leaves.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	4
CAPÍTULO I. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES.....	11
1.1 Nombre o razón social	11
1.2 Actividad económica o codificación internacional	11
1.3 Ubicación, factibilidad municipal y sectorial	11
1.4 Objetivos de la empresa, principio de la empresa en marcha	14
1.5 Ley de Mypes Micro y pequeña empresa, características.....	17
1.6 Estructura orgánica	18
1.7 Cuadro de asignación de personal.....	21
1.8 Forma Jurídica Empresarial	22
1.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI.....	23
1.10 Requisitos y trámites municipales	26
1.11 Régimen tributario procedimiento para la obtención de RUC y modalidades	27
1.12 Registro de planilla electrónica (PLAME)	28
1.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	29
1.14 Modalidades de contrato laborales	29
1.15 Contratos comerciales y responsabilidad civil de accionistas	30
CAPÍTULO II.PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL.....	31
2.1 Descripción del producto	31
2.1.1 Clasificación arancelaria	34
2.1.2 Proveedor de materia prima.....	34
2.1.3 Propuesta de valor	35
2.1.4 Ficha técnica comercial	37
2.1.5 Adecuación vs universalización del producto	38
2.1.6 Determinación de la marca.....	41
2.2 Investigación del Mercado Objetivo.....	43
2.2.1 Segmentación del mercado objetivo.....	45
2.2.1.1 Medición del mercado objetivo.....	49
2.2.1.2 Acceso al mercado	51
2.2.2 Tendencia de consumo	52
2.2.2.1 Perfil del consumidor y posicionamiento.....	52
2.3 Análisis de Oferta y demanda.....	55
2.3.1 Análisis de la Oferta	55
2.3.2 Análisis de la demanda.....	57
2.4 Estrategias de Ventas y Distribución	61
2.5 Estrategias de Promoción.....	64
2.5.1 Establecer mecanismos adecuados de promoción	65
CAPÍTULO III.PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL.....	66
3.1 Envases, Empaque y embalajes	66
3.2 Diseño del rotulado y marcado	70
3.2.1 Diseño del rotulado.....	70
3.2.2 Diseño del marcado	71
3.3 Unitarización y cubicaje de la carga	73

3.4	Cadena de DFI de exportación.....	76
CAPÍTULO IV.PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL.....		82
4.1	Fijación de precios.....	82
4.1.1	Métodos de fijación.....	82
4.1.2	Costos y precios.....	84
4.1.3	Cotización internacional.....	85
4.2	Contrato de exportación.....	87
4.3	Elección y aplicación del Inconterm.....	87
4.4	Determinación del medio de pago y cobro.....	89
4.5	Elección del régimen de exportación.....	92
4.6	Gestión aduanera del comercio internacional.....	92
4.7	Gestión de las operaciones de exportación.....	95
CAPÍTULO V.PLAN ECONÓMICO FINANCIERO.....		98
5.1	Inversión fija.....	98
5.1.1	Activos tangibles.....	98
5.1.2	Activos intangibles.....	100
5.2	Capital de trabajo.....	100
5.3	Inversión total.....	101
5.4	Estructura de inversión y financiamiento.....	102
5.5	Fuentes financieras y condiciones de crédito.....	103
5.6	Presupuesto de costos.....	105
5.7	Puntos de equilibrio.....	107
5.8	Tributación de la exportación.....	108
5.9	Presupuesto de ingresos.....	108
5.10	Presupuesto de egresos.....	109
5.11	Flujo de caja proyectado.....	111
5.12	Estado de ganancias y pérdida.....	112
5.13	Evaluación de la inversión.....	113
5.14	Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo.....	115
5.15	Cuadro de riesgo del tipo de cambio.....	116
CAPÍTULO VI.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		120
	ANEXOS.....	122
	Bibliografía.....	128

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1	Selección de distritos	12
Tabla N° 2	Ponderados para la ubicación de la empresa.....	12
Tabla N° 3	Asignación de personal.....	21
Tabla N° 4	Aportes de accionistas	23
Tabla N° 5	Pagos Indecopi.....	24
Tabla N° 6	Costo de licencia de funcionamiento	26
Tabla N° 7	Requisitos para la inscripción	27
Tabla N° 8	Costos de constitución de la empresa	28
Tabla N° 9	Derechos Régimen Especial	29
Tabla N° 10	Partida arancelaria	34
Tabla N° 11	Principales importadores de la partida 1211.90 en USD	39
Tabla N° 12	Principales importadores de la partida 1211.90, en Toneladas.....	40
Tabla N° 13	Componentes químicos de la hoja de Guanábana.....	40
Tabla N° 14	Propiedades medicinales de las hojas de guanábana	41
Tabla N° 15	Principales importadores de la partida 1211.90 en USD	44
Tabla N° 16	Selección de países.	45
Tabla N° 17	Matriz de selección del mercado objetivo	45
Tabla N° 18	Consumo de guanábana en estados unidos	46
Tabla N° 19	Principales importadores de la partida 1211.90 en USD.....	46
Tabla N° 20	Micro segmentación por estados.....	47
Tabla N° 21	Cálculo del mercado potencial.....	50
Tabla N° 22	Cálculo del mercado objetivo	50
Tabla N° 23	Gastos por consumo.....	53
Figura N°14	Gastos de consumo de los hogares	54
Tabla N° 24	Principales países Exportadores de la partida 1211909099 en (Miles de dólares)	55
Tabla N° 25	Total de Exportaciones Peruanas de la partida 1211909099	56
Tabla N° 26	Principales Empresas Exportadoras Peruanas de la partida 1211909099.....	56
Tabla N° 27	Proyección de mínimos cuadros de la demanda de Guanábana en Estados Unidos-New York	57
Tabla N° 28	Proyección de las exportaciones	59
Tabla N° 29	Relación de las importaciones con el PBI y el TIPO DE CAMBIO.....	59
Tabla N° 30	Variables y regresión	60
Tabla N° 31	Proyección en valores de las importaciones de New York.....	61
Tabla N° 32	Dimensiones del contenedor.....	74
Tabla N° 33	Distribución de cajas por pallet de 1.2x 1mt.....	75
Tabla N° 34	Principales Operadores logísticos	77
Tabla N° 35	Proceso de elaboración.	79
Tabla N° 36	Cuadro comparativo – Transporte aéreo y marítimo.	79
Tabla N° 37	Costo Logístico por embarque de un Cnt ´20 LCL (Expresado en US\$)	81
Tabla N° 38	Costos de producción de los filtrantes de hoja de Guanábana.....	84
Tabla N° 39	Cotización de precios mensuales, basado en 1 embarque, 1 contenedor LCL por embarque 4500 cajas de 50 sobres. (En US\$).....	84
Tabla N° 40	Operadores Logísticos	92
Tabla N° 41	Elección del Operador Logístico	93
Tabla N° 42	Parámetros económicos financieros.....	98

Tabla N° 43	Activos tangibles (En US\$)	98
Tabla N° 44	Activos intangibles (En US\$)	100
Tabla N° 45	Capital de trabajo (En US\$)	101
Tabla N° 46	Inversión total (En US\$)	101
Tabla N° 47	Estructura de inversión y financiamiento (En US\$)	102
Tabla N° 48	Condiciones del crédito	103
Tabla N° 49	Cronograma de pago	103
Tabla N° 50	Presupuesto de costo del producto	105
Tabla N° 51	Costos DFI anual (En US\$)	106
Tabla N° 52	Punto de equilibrio	107
Tabla N° 53	Determinación de punto de equilibrio	108
Tabla N° 54	Ingresos por ventas en USD	108
Tabla N° 55	Depreciación de activos fijos	109
Tabla N° 56	Gastos administrativos y costos fijos	109
Tabla N° 57	Presupuesto de gastos de venta y marketing	110
Tabla N° 58	Flujo de caja proyectado en USD	111
Tabla N° 59	Estado de ganancias y pérdidas USD	112
Tabla N° 60	Evaluación económica	113
Tabla N° 61	Evaluación financiera	114
Tabla N° 62	CAPM	115
Tabla N° 63	Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo	116
Tabla N° 64	Escenarios económicos según tipo de cambio	116
Tabla N° 65	Riesgo del Tipo de cambio en el VAR y TIR Económico en los 3 escenarios (En US\$)	117
Tabla N° 66	Escenarios financieros según tipo de cambio	118
Tabla N° 67	Riesgo del Tipo de cambio en el VAR y TIR financiero en los 3 escenarios (En US\$)	118

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1	Localización de la empresa.....	13
Figura N°2	Toma Fontal de la empresa Healthy Leaves	14
Figura N°3	Instalaciones de la empresa.....	14
Figura N°4	Organigrama	18
Figura N°5	Pasos para registro de marca.....	25
Figura N°6	Requisitos para obtener licencia de funcionamiento	26
Figura N°7	Presentación del producto.....	31
Figura N°8	Filtrante de hojas de guanábana.....	34
Figura N°9	Envase primario para 50 sobres	41
Figura N°10	Etiqueta del producto.....	42
Figura N°11	Marca del producto	43
Figura N°12	Medidas impositivas para la mercancía sub partida nacional 1211.90.90.9951	
Figura N°13	Distribución de la población por edades.....	54
Figura N°14	Gastos de consumo de los hogares	54
Figura N°15	Estrategia de segmentación Kotler	63
Figura N°16	Distribución comercial.....	64
Figura N°17	Los principales beneficios de participar en ferias.....	64
Figura N°18	Envase primario del producto (bolsita de filtrante por 50 filtrantes).....	66
Figura N°19	Envase primario del producto	67
Figura N°20	CTC triangular de envasado	68
Figura N°21	Medidas del empaque del producto	68
Figura N°22	Caja de cartón corrugado	69
Figura N°23	Superior de la etiqueta en ingles	71
Figura N°24	Inferior de la etiqueta en ingles.....	71
Figura N°25	Diseño de la caja de carga.....	72
Figura N°26	Pictogramas.....	72
Figura N°27	Pallet Standard	73
Figura N°28	Contenedor 20´Standard	74
Figura N°29	Determinación de cajas por pallet.....	75
Figura N°30	Distribución de paletas en contenedor de 20 pies	76
Figura N°31	Cadena de distribución.....	80
Figura N°32	Productos sustitutos	83
Figura N°33	Cotización internacional	86
Figura N°34	Responsabilidades cuando se utiliza Incoterm FOB.....	88
Figura N°35	Tarifario de Cobranza documentaria del Banco Interbank	91
Figura N°36	Flujograma del proceso de despacho de aduanas	94
Figura N°37	Flujograma de exportación	96

CAPÍTULO I. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

1.1 Nombre o razón social

Razón social: Natural Leaves SAC.

Nombre comercial: Healthy Leaves

Ruc: 20101015188

La empresa se llama Natural Leaves SAC se escogió este nombre ya que el producto a ofrecer son filtrantes de hojas de guanábana.

Como nombre comercial se escogió Healthy Leaves, es un nombre que transmite la importancia de la salud en el consumidor, tienen componentes que ayudan a la prevención e inhibición de algunas de enfermedades.

1.2 Actividad económica o codificación internacional

La empresa se dedicara a la compra de hojas de Guanábana para tercerizar el proceso de pulverización con el fin de exportarlos al por mayor como filtrante, por lo cual el CIU es:

- Clase 4630// VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS,BEBIDAS Y TABAC

1.3 Ubicación, factibilidad municipal y sectorial

La ubicación de la empresa dependerá de diversos factores como la cercanía al puerto marítimo y aeropuerto, en caso se requiera realizar

también envíos aéreos, adicional a esto se deberá considerar un lugar cerca de la aduana aérea, aduana marítima, agencias de aduana, operadores logísticos y otros. Líneas abajo se mostraran los tres distritos más convenientes para la ubicación de la empresa.

Tabla N° 1 Selección de distritos

OPCION	DISTRITO
A	Callao
B	San Miguel
C	Breña

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 2 Ponderados para la ubicación de la empresa

FACTORES	PESO RELATIVO	ALTERNATIVAS DE SELECCIÓN					
		A	CALIFICACION	B	CALIFICACION	C	CALIFICACION
Cercanía a socios de la empresa	0.15	1	0.15	1	0.15	1	0.15
Cercanía a proveedor	0.15	1	0.15	1	0.15	1	0.15
Costo de Instalación	0.15	3	0.45	1	0.15	2	0.3
Transporte Interno	0.15	3	0.45	2	0.3	2	0.3
Costos Laborales	0.1	2	0.2	1	0.1	2	0.2
Cercanía a Puerto	0.3	3	0.9	1	0.3	1	0.3
Puntaje Total	1		2.3		1.15		1.4

Fuente: Elaboración propia

Considerando el puntaje obtenido, el mejor lugar para ubicar la empresa es el Callao porque cumple con la mayoría de factores para llevar a cabo el proyecto.

Siendo la ubicación de la empresa en el Callao, se estaría disminuyendo tiempo y dinero. Nuestro almacén temporal se encuentra cerca al puerto y a la aduana, por otro lado, tenemos a disposición diversos operadores logísticos pudiendo reducir los costos de transporte y de operaciones administrativas.

- **Ubicación**

Dirección: Néstor Gambeta cdra. 49 sin número

Distrito: Callao

Mapa de ubicación:

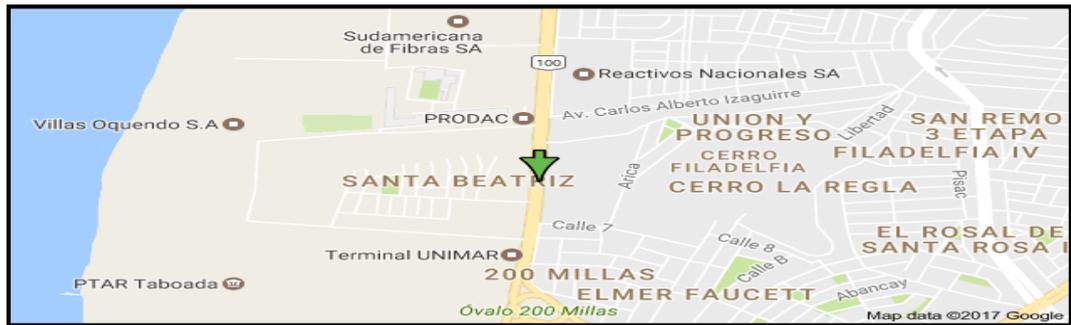


Figura N°1 Localización de la empresa

Fuente: (Google Maps, 2017)



Figura N°2 Toma Frontal de la empresa Healthy Leaves

Fuente: (Google Maps, 2015)



Figura N°3 Instalaciones de la empresa

Fuente: (TAISHO, 2016)

1.4 Objetivos de la empresa, principio de la empresa en marcha

Misión

Somos una empresa comprometida con la salud, buscamos mejorar la calidad de vida de las personas que busquen prevenir enfermedades, enfocados en la exportación de infusiones elaboradas a base de hojas de guanábana.

Visión

Ser uno de los principales exportadores de infusiones de hoja de guanábana a New York-Estados Unidos en el 2022.

FODA

Fortalezas

- La producción de hojas de Guanábana es durante todo el año.
- Calidad del producto.
- Variedad de proveedores.
- Producto natural
- Las hojas de guanábana tienen propiedades inhibitoras de las células cancerígenas.

Oportunidades

- Estados Unidos tiene por costumbre consumir como infusiones durante el día.
- Estados Unidos está en crecimiento continuo.
- El consumidor ha ampliado sus gustos por productos que mejoren su salud.

Debilidades

- La marca en mercado destino no es conocida
- No se tienen tierras propias para plantar los arboles
- La empresa es nueva

Amenazas

- Marcas que tienen más tiempo posicionadas en mercado destino
- Productos sustitutos.

Valores

- Puntualidad, respetar los plazos acordados para la entrega de la carga
- Responsabilidad, cumplir con los contratos y fechas pactadas
- Honestidad, Trabajar con transparencia en las operaciones y transacciones
- Proactividad, de saber a tiempo que es lo que el cliente busca

Objetivos

- Estar entre las 3 principales empresas que exportan filtrantes de guanábana
- Realizar la venta de los productos a un precio competitivo sin dejar de ser rentable.
- Ingresar a nuestro mercado destino con una estrategia de diferenciación.
- Satisfacer a los consumidores en mercado destino.

Principios

- Cultura de calidad, tratando de innovar constantemente nuestro producto buscando alcanzar eficiencia.
- Medio ambiente, buscar la mejora constante del medio ambiente, preservando los recursos de la manera correcta.
- Compromiso, siempre tratar de cumplir todo lo acordado con nuestros clientes y esforzarnos por dar lo mejor.
- Bienestar del recurso humano, preocuparnos por la seguridad física de nuestros colaboradores, brindar motivación e impulsando a que sean mejores cada día.

1.5 Ley de Mypes Micro y pequeña empresa, características

Esta ley promueve la formalización, competitividad y desarrollo de las Micro y pequeñas empresas con el fin de aumentar su rentabilidad, su producción contribuyendo al PBI, aumento de exportaciones, ampliación del mercado interno y recaudación tributaria.

Es decir el objetivo de esta ley es desarrollar actividades de transformación, producción, y comercialización de bienes o prestación de servicios.

En este caso la empresa será una pequeña empresa debido a que el volumen de ventas no excede las 1700 UIT, el monto de la UIT es de S/4050.00, es decir el tributo se realizara de acuerdo a la capacidad por lo que se pagara un impuesto a la renta acorde a las ganancias anuales netas.

El nuevo régimen permite realizar de una manera más simple la forma de tributar teniendo como fin un régimen más ordenado y escalonado, líneas abajo seis nuevos aspectos del régimen:

1. Vigencia a partir del año 2017.
2. Pago a cuenta mensual del 1.5% para los que contribuyen con ingresos hasta 300UIT
3. Tasa del impuesto del 10% progresiva en la Renta Neta Imponible hasta de 15 UIT.
4. Registro en los libros según lo obtenido en los ingresos.
5. suspensión de pagos a cuenta cuando se haya cubierto el impuesto anual establecido.

6. Se autoriza que se emitan todos los comprobantes de pago y sin excepciones de actividades para ser parte de este Régimen.

1.6 Estructura orgánica

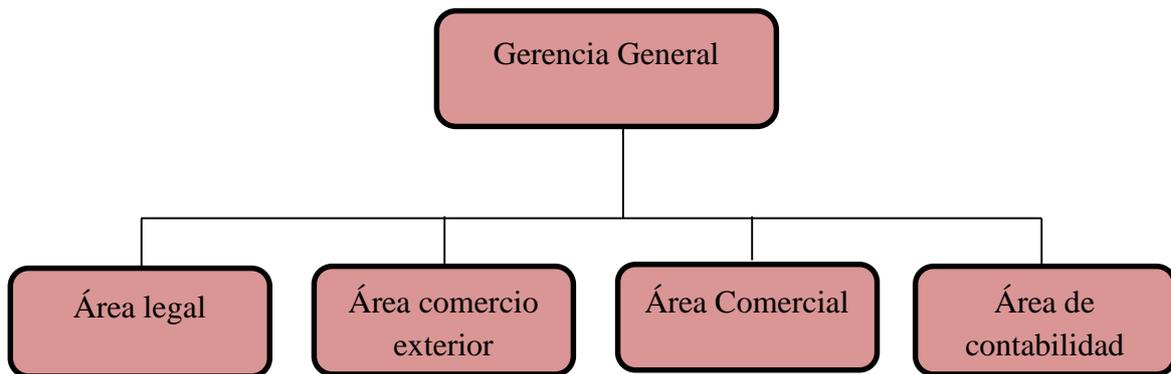


Figura N°4 Organigrama

Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar el organigrama cuenta con 5 áreas y de ellas se detalla el perfil y función de cada integrante en la organización.

<i>Perfil y Funciones</i>			
Área:	Gerencia General	Cargo:	Gerente General
Perfil:	Ing. Industrial con especialización en comercio exterior, recursos humanos y marketing.		
Funciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planifica los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. 2. Organiza la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos. 3. Dirige la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta. 4. Controla las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias. 5. Coordina con todas las áreas para aumentar el número y calidad de clientes, realizar las compras de materiales, resolver sobre las reparaciones o desperfectos en la empresa. 6. Realiza la evaluación y selección del personal para la organización. 7. Participación en ferias internacionales 8. Participa en el control de calidad de la cadena logística. 9. Evalúa mejoras en el marketing del producto. 		
Área:	Área Legal	Cargo:	Representante Legal
Perfil:	Abogado con conocimientos en aspectos legal del comercio exterior así como en las áreas de aprovisionamiento, gestión logística, servicio al cliente, recurso humano, gestión de operaciones internacionales conocimiento avanzado en herramientas informáticas.		
Funciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. análisis y diagnóstico de los procesos del sistema legal de la organización 2. Asesoramiento al área de comercio exterior, comercial y contable 3. Análisis de costos de la operativa logística 4. Ayudar y prestar servicios a la organización, a sus dirigentes, gerentes y empleados. 5. Describe las responsabilidades que definen cada puesto laboral 		

Área	Área de comercio exterior	Cargo:	Coordinador de comercio exterior
Perfil:	Bachiller o licenciado en comercio exterior		
Funciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Coordinar con los diversos operadores de comercio exterior. 2. Responsable del cumplimiento de los requisitos y documentación que exige Aduanas para la correcta numeración de las Dams de importación. 3. Realizar el proceso de exportación de alimentos. 4. Coordinar el traslado; marítimo y aéreo de las importaciones. 5. Gestión de las cartas fianzas en coordinación con los bancos y agente de aduanas. 6. Negociación de tarifas optimas con agentes de carga y agente de aduanas. 7. Coordinar con las fábricas la entrega oportuna de las cargas de importación dependiendo del término de compra internacional (INCOTERM). 8. Coordinar activamente con los Operadores logístico, Agente de Aduanas y SUNAT. 		
Área	Área comercial	Cargo:	Ejecutivo de ventas
Perfil:	Bachiller o licenciado en comercio exterior, o profesional con experiencia en comercio exterior y venta de productos alimenticios		

Funciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar en conjunto con el Gerente de general y el área de comercio exterior, la estrategia para los clientes claves. 2. Coordinar acciones entre unidades de la compañía para la gestión comercial a nivel Internacional. 3. Rentabilizar la cartera de clientes. 4. Búsqueda de nuevos negocios y mercados para replicar modelos de exportación 5. Participar en ferias, misiones comerciales y ruedas de negocios. 6. Análisis e investigación de mercados extranjeros. 7. Campañas y Promociones de Ventas. 8. Velar por el cumplimiento de los pagos de los clientes. 9. Potenciar las carteras de clientes y lograr maximizar los productos de la empresa través de los distintos distribuidores u otros. 		
Área	Área de contabilidad	Cargo:	Contador
Perfil:	Contador con experiencia en comercio exterior.		
Funciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar oportunamente los cierres mensuales y anuales. 2. Dirigir la implementación de los manuales de contabilidad y apoyo en el presupuesto. 3. Verificar y validar r los registros contables que se generen en forma automática y los que se produzcan en el proceso administrativo-financiero. 4. Dirigir y supervisar el estudio de los costos y presupuestos. 5. Presentar los respectivos informes tributarios. 6. Presentar mensualmente a la Gerencia General el Estado de Resultados, Estado de Situación Financiera, Indicadores Financieros, Análisis de Costos, Liquidación de Impuestos entre otros reportes. 7. Colaborar con las auditorías internas y externas. 8. Establecer y supervisar el cumplimiento de las obligaciones tributarias y contribuciones sociales. 		

El organigrama con perfil y funciones detallado cuenta con las siguientes ventajas y desventajas.

Ventajas

- Existencia de disciplina laboral
- Rapidez en la toma de decisiones
- No existe fuga de responsabilidad
- Rápida adaptación frente a cambios
- Especialización en las actividades

Desventajas

- Al ser solo una persona encargada por área, podría ser indispensable si ella falta de manera imprevista.
- Posible saturación de trabajo.

1.7 Cuadro de asignación de personal

Tabla N° 3 Asignación de personal.

Área	Personal	Remuneración Mensual S/.	Remuneración anual S/.	Vacaciones 1/2 Sueldo S/.	Sub total	Essalud (9%)	ONP (13%)	Total planilla anual S/.	Total planilla anual US\$
Gerente General	1	1500	18,000	750	18,750	1,688	2437.5	22,875	6,953
Representante Legal	1	1400	16,800	700	17,500	1,575	2275	21,350	6,489
Coordinador de comercio exterior	1	1400	16,800	700	17,500	1,575	2275	21,350	6,489
Ejecutivo de ventas	1	1400	16,800	700	17,500	1,575	2275	21,350	6,489
Contador	1	1400	16,800	700	17,500	1,575	2275	21,350	6,489

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar las remuneraciones no serán elevadas, se llegara a un acuerdo con el trabajador, es decir se negociara el sueldo asignado, el cual se pagara mensualmente a partir de la fecha de contratación.

Las remuneraciones irán incrementándose cada dos años en un 5%, dada la evaluación realizada del estado de pérdidas y ganancias, se observa que se generan utilidades aun cuando se incrementa en un 5% los sueldos en los primeros cinco años de venta de filtrantes de hoja de guanábana, considerando también la actitud profesional que se demuestre ante la empresa y el compromiso para que esta surja.

1.8 Forma Jurídica Empresarial

La forma jurídica empresarial de nuestra empresa será Natural Leaves S.A.C, Sociedad Anónima Cerrada, se ha escogido esta debido a que es la adecuada según las características de la empresa.

Como constituir una empresa:

Paso 1. Elaboración de la minuta de constitución

Pasó 2. Elaboración de la minuta publica

Pasó 3. Inscripción en registro de personas jurídicas

Paso 4.Inscripcion RUC

Pasó 5. Registro de trabajadores

Paso 6. Autorización de permisos especiales

Paso 7. Legalizan el libro de planillas

Paso 8. Autorización de la licencia de funcionamiento

Paso 9. Legalización de los libros contables

Tabla N° 4 Aportes de accionistas

Nombre del Accionista	Capital Social US\$	N° de Acciones	%
Primer accionista	31,472.19	1	20%
Segundo accionista	31,472.19	1	20%
Tercer accionista	31,472.19	1	20%
Cuarto accionista	31,472.19	1	20%
Quinto accionista	31,472.19	1	20%
Total aporte propio	157,360.96	5	100%

Fuente. Elaboración propia

La inversión total para poner en marcha la idea de negocio será de \$224,978.88 en el primer año, este capital será 30% financiado y 70% aporte propio, la contribución por parte de los accionistas será en partes iguales, considerando que los socios tienen un buen historial crediticio.

1.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

El registro de la marca de un producto o servicio sirve para la identificación del mismo, y que de esta manera forme parte del cliente, a la vez se desempeña la parte publicitaria pero lo más importante es que se obtiene la propiedad de la marca permitiendo que nadie pueda confundir mi producto o servicio evitando fraudes y confusiones.

Se tiene que considerar que una vez registrada la marca el dueño cuenta con 10 años para usarla, una vez culminado este periodo esto puede ser renovado por el costo de 8.14% de una UIT es decir S/.330.00, en caso se necesite que la marca este registrada en exterior se deberá realizar en cada uno de los países.

INDECOPI tiene 15 días hábiles para realizar el proceso correspondiente, luego se realiza la publicación correspondiente en el diario El Peruano, el pago para dar inicio a este proceso es de 13.90% de una UIT es decir S/.563.00 pago que se realiza en el banco de la nación. Adicional a este monto son 1.26% de una UIT es decir S/.51.00 por derechos de trámite.

Dentro del plazo de 30 días hábiles de recibida la orden de publicación, el solicitante debe realizar su divulgación en el diario oficial El Peruano.

Para la obtención de la patente, el costo de presentación de solicitud es de 35.20% de UIT es decir S/.1426.00, inicio de procedimiento 20% de UIT es decir S/. 810.00, para continuar 15.25% de UIT es decir S/618.00.

Tabla N° 5 Pagos Indecopi

INDECOPI	
Registro de marca	
Inicio de proceso	S/563.00
Derecho de trámite	S/51.00
Patente	
Solicitud	S/1,426.00
Inicio de proceso	S/ 810.00
Proceso	S/ 618.00
Total	S/ 3,468.00

Fuente: (INDECOPI, 2016)

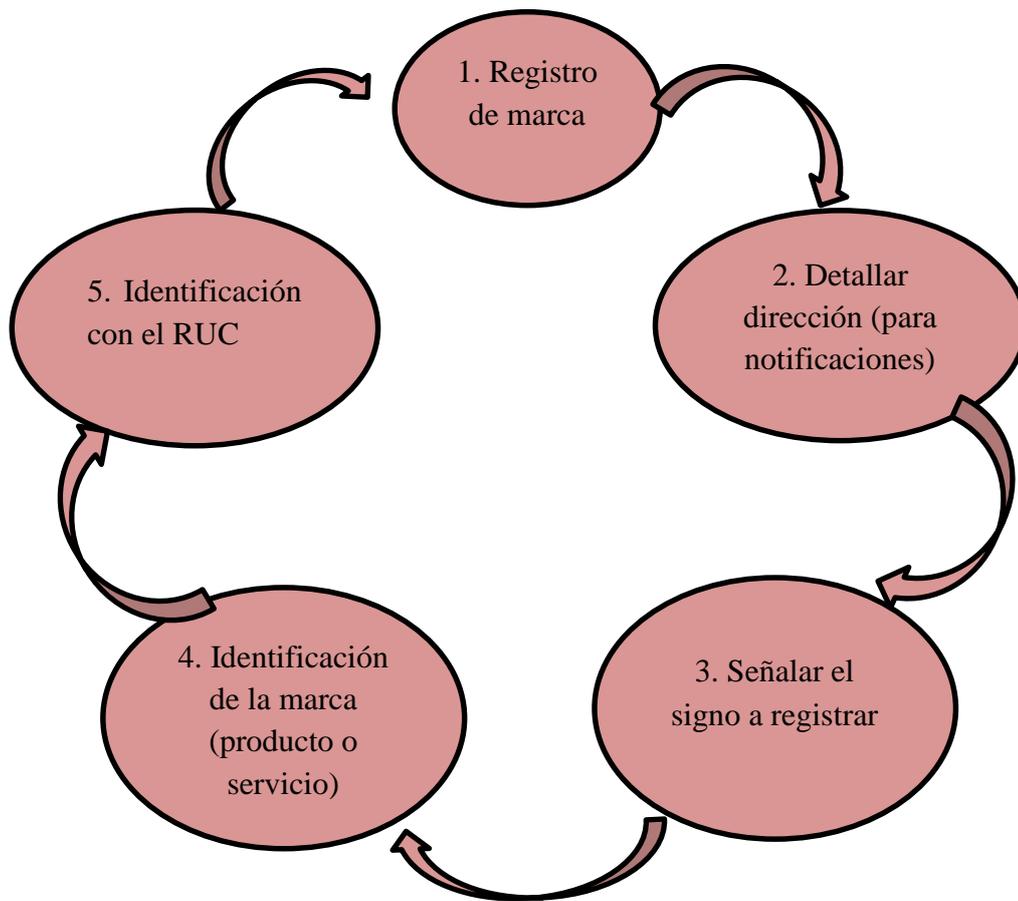


Figura N°5 Pasos para registro de marca

Fuente: Elaboración propia

1.10 Requisitos y trámites municipales

Según lo investigado en (Municipalidad del Callao, 2016)

Se debe considerar que la persona que solicite la licencia de funcionamiento deberá contar con RUC vigente, DNI vigente, la dirección exacta y saber la actividad a la que se dedicara la empresa.

REQUISITOS GENERALES:

1. Formulario Único de Trámite - FUT, debidamente llenado con los datos requeridos.
2. Declaración Jurada de Observancia de Defensa Civil (Hasta 100 mts²).
3. Copia del Certificado de Seguridad en Edificaciones - ITSE según corresponda (Establecimientos que superen los 500 mts², y la actividad lo requiera y/o se encuentren ubicados dentro de un área mayor, o que califiquen para una inspección de Detalle o Multidisciplinaria).
4. Vigencia de Poder del Representante Legal (cuando el solicitante sea una persona jurídica).
5. Copia Simple de la Autorización Sectorial correspondiente (para actividades especiales, I.E.P., Farmacias, entre otros).
6. Pago de la tasa estipulada en el TUPA.
7. Debe contar con Carta Poder con firma Fedatizada (persona natural) o legalizada notarialmente (persona jurídica).

Figura N°6 Requisitos para obtener licencia de funcionamiento

Fuente: (Municipalidad del Callao, 2016)

Después de 15 días calendario, del ingreso de la solicitud, se procede a entregar la licencia de funcionamiento. Según (Municipalidad del Callao, 2106) El costo para contar con licencia de funcionamiento es de S/. 188.20.

Tabla N° 6 Costo de licencia de funcionamiento

Municipalidad del Callao	
Licencia de funcionamiento	S/ 189.00

Fuente. (Municipalidad del Callao, 2106)

1.11 Régimen tributario procedimiento para la obtención de RUC y modalidades

El registro único de contribuyentes RUC consta de 11 dígitos los cuales sirven para identificar información económica ante cualquier trámite que se realice ante SUNAT, se suscriben todas las personas que realicen actividades económicas por la que se tribute incluyendo la importación y exportación de productos esto es de uso obligatorio para poder realizar actividades económicas. No tiene costo.

Tabla N° 7 Requisitos para la inscripción

Requisitos para la inscripción en el Registro Único de Contribuyente:
1. Original y dos copias del DNI del representante legal de la empresa.
2. Original y copia de cualquier recibo por servicio público (luz, agua, teléfono, cable) con una antigüedad no menor de dos meses.
3. Original y copia simple de la partida electrónica con no más de 10 días de haber sido emitida por la SUNARP.

Fuente elaboración propia con referencia (SUNAT, 2016)

Después que SUNAT verifique el domicilio (en un plazo de ocho 08 días hábiles después de la presentación de los documentos) se podrá imprimir los comprobantes de pago, considerar que una vez se entreguen todos los documentos SUNAT otorga un número de RUC y Clave SOL.

Para constituir la empresa según (SUNARP, 2015) se generan los siguientes gastos de constitución de la empresa: S/. 5.00 por búsqueda de persona Jurídica, S/. 20.00 por reserva de nombre de la empresa S/. 44 por

calificación, elaboración de minuta S/.300.00, elevar minuta S/. 150.00, elevar escritura pública S/. 90.00.

Tabla N° 8 Costos de constitución de la empresa

SUNARP	
Constitución	
Búsqueda de persona Jurídica	S/ 5.00
Renovación	S/20.00
Calificación	S/ 44.00
Minuta	S/ 300.00
Elevación de minuta	S/ 150.00
Elevación de escritura publica	S/ 90.00
Total	S/ 609.00

Fuente. (SUNARP, 2015)

1.12 Registro de planilla electrónica (PLAME)

Esta es una planilla mensual de pagos la cual tiene información de la empresa sobre ingresos de los sujetos inscritos en el régimen de información laboral. La planilla se presenta mensualmente debido a que es lo establecido por la SUNAT.

La Planilla electrónica posee dos componentes que son el Registro de Información Laboral (T-Registro) y la Planilla Mensual de Pagos (PLAME)

1.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral

Es régimen con el cual nuestra empresa Healthy Leaves trabajara será régimen especial, para el cual se deberá considerar los siguientes derechos:

Tabla N° 9 Derechos Régimen Especial

Remuneración: Mínima vital como mínimo
Jornada de trabajo: 8 horas diarias o 48 semanales
Descanso vacacional: 15 días calendarios
Descanso semanal: 24 horas continuas y pago sobre tiempo
Despido injustificado: media remuneración por año
Seguro social: 9% pago a ESSALUD

Fuente: Elaboración propia con referencia (ASECOINT SHANGEL, 2016)

Desde este año 2017 las empresas que facturen hasta 1700 pueden acogerse al régimen tributario especial, sin embargo los contribuyentes que superen esta cantidad deberán permanecer en el Régimen General.

1.14 Modalidades de contrato laborales

Es un acuerdo que se realiza entre el empleador y el trabajador.

Este contrato de trabajo consta de tres elementos esenciales:

- Prestación de servicio
- Vinculo de subordinación(el empleador decide las sanciones, jornada, etc)
- Remuneración

1.15 Contratos comerciales y responsabilidad civil de accionistas

Nuestra empresa Healthy Leaves, contara con un asesor legal el cual nos ayudara con los contratos comerciales que se deberá emitir para los clientes y proveedores.

Tipos de contratos a utilizar

- **De confidencialidad:** Este es firma cuando se va a realizar un tema que requiere discreción, es decir para trata de evitar que las partes implicadas puedan utilizar la información para sus fines.
- **De compra-venta:** Contrato de característica bilateral, genera obligaciones para ambas partes, para el vendedor y comprador, la obligación del comprador es pagar el precio pactado al igual el vendedor deberá entregar la los productos en el tiempo y lugar determinado, en caso incumplir puede pedir indemnización por perjuicios causados.
- **a plazo indeterminado:** Es cuando el colaborador brinda sus servicios de manera personal, subordinada y remunerada, y el contrato no tiene una duración definida.

CAPÍTULO II. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

2.1 Descripción del producto



Figura N°7 Presentación del producto

Fuente: (I TEA, 2015)

Filtrantes a base de hojas de guanábana.

Nombre Científico – Guanábana/ *Annona muricata*

Las hojas de la guanábana suelen crecer en árboles que pueden llegar a medir hasta 9m, las hojas siempre son de color verde oscuro brillante, son de forma elípticas, de 6-20 cm de longitud y 2.5-6 cm de anchura. Este fruto posee potasio, fosforo, hierro, vitamina A B y C.

Estos árboles producen durante todo el año y sus frutos pueden pesar hasta 4.5 a 6.8 kg. Las fechas de producción de los árboles de guanábana son en febrero y marzo y el otro en junio, julio y agosto, esta planta proviene de las zonas tropicales del centro de sur América.

Las hojas de guanábana son recomendadas debido a que posee todas las propiedades medicinales de la fruta, los cuales ayudan a la inhibición del

cáncer, siendo uno de los más efectivos hasta hoy en día, además se debe considerar que ayuda a tratar problemas respiratorios, circulatorios, infecciosos y nerviosos.

Cabe señalar que según (Villar, 2013) Directora del Programa de Medicina Complementaria de Essalud, encontró en las hojas de la guanábana una sustancia llamada “anonacinas” que “tendría” efectos sobre las células cancerígenas, es decir inhibe la membrana de esas células, la fractura y entra en apoptosis (muerte de la célula) pero esto no significa que cura el cáncer.

Según (Oncosalud, 2016) la Dra. Denisse Bretel señala que Gracias a sus diversas propiedades, tanto las hojas como la fruta te ayudan a mantenerte sano y activo. Mejora el sistema inmunológico, las sustancias que contiene la guanábana hacen que tu cuerpo se mantenga en forma y te ayuda a combatir enfermedades comunes, como resfriados.. Es un excelente antioxidante, y ayuda a aumentar la resistencia y retrasar el proceso de envejecimiento. Ayuda a prevenir la osteoporosis. Esta fruta contiene fósforo y calcio, por lo que resulta muy beneficioso para la salud de tus huesos.

Previene daños en los nervios y mantiene tu corazón sano. El contenido de vitamina B1 que posee la guanábana es capaz de acelerar tu metabolismo y la circulación sanguínea, evitando daños en los nervios y trastornos nerviosos centrales. También contiene vitamina B2 la cual reduce el almacenamiento de grasa y se carga del mantenimiento de tu corazón.

Según (Innatia, 2015) En 1976, el Instituto Nacional del Cáncer de los Estados Unidos realizó un estudio e investigó que partes del árbol tenían mayor cantidad de compuestos orgánicos capaces de luchar contra el cáncer. Se comprobó que el tallo y la hoja de guanábana eran los que los poseían en mayor proporción.

Según los investigadores del Centro Universitario de Gadjah Mada (UGM CCRC) Indonesia , Nur Qumara Fitriyah , la investigación de McLaughlin muestra una pequeña dosis , hoja de guanábana reprimir eficazmente las células cancerosas. La investigación de McLaughlin se basa en extractos crudos de hojas de la guanábana ED50 < 20 ug / ml, mientras que los únicos compuestos puros ED50 < 4 ug / ml. Esto significa que una dosis o decocción de 10-15 hojas de guanábana son aún seguras para comer.

Composición química de la hoja:

- Isoquinolinas: anonaine, anoniine, atherospermine, y coreximine.
- Lactonas: javoricina, murihexocina A y C, gigantetronemina, muricoreacina, annopentocinas A, B, y C, annomutacina, annomuricina A, B, C, y E, y annohexocina.
- Lípidos: acido esteárico, ácido linoleico, ácido lignocérico, y ácido gentísico.
- Las acetogeninas de la hoja con actividad anticancerígena: muricapentocin, muricatocin C, muricatocin A, annomuricina B, annomuricina A, murihexocina C, muricoreacin, bullatacinone y bullatacinone.



Figura N°8 Filtrante de hojas de guanábana

Fuente: (Rico, 2010)

2.1.1 Clasificación arancelaria

Las hojas de guanábana presentan la partida arancelaria:

Tabla N° 10 Partida arancelaria

Partida	Descripción
1211909090	Demás plantas, semillas y frutos de la utiliza. En perfumería medicinal.

Fuente: (SIICEX)

2.1.2 Proveedor de materia prima

La empresa que será nuestro principal proveedor se llama AAA Abril Natura SAC, con RUC: 20510001291 con código CIU 24232, con oficinas en Lima avenida el polo manzana I lote 8 Santa Maria de Huachipa, distrito Lurigancho dpto. Lima, con teléfono 01-356-5569, esta empresa será la abastecedora de las hojas selectas de Guanábana para el proceso de

pulverización, sus áreas de producción de la hoja se encuentran en Ica y en la amazonia por lo cual pueden abastecernos de manera rápida.

En caso dicha empresa no logre satisfacer la oferta exportable, contamos con dos proveedores de materia prima para poder abastecernos:

- COMINPER S.A.C., Jr. Arica 880 La Perla Alta Callao 4 PERU, RUC 20513099798
- INKA NATURA- Productos Naturales con dirección Av. aviación #3294 , San Borja, cabe resaltar que estas empresa cuentan con permisos Fitosanitarios y de Digesa para la venta de estos productos

2.1.3 Propuesta de valor

Las hojas de guanábana son consideradas como recurso para la inhibición de células cancerígenas, esta planta tiene propiedades beneficiosas para la salud en general.

(Grupo Formula, 2015) de acuerdo a las investigaciones realizadas, El doctor Erik Estrada afirmó que los beneficios de la guanábana para inhibir el desarrollo de células del cáncer, no se encuentran en la fruta sino en las hojas, el médico indicó que la guanábana es una fruta que está de moda en Estados Unidos, "porque se han hecho estudios con cultivos celulares de cáncer, aplicando extractos de las hojas con muy buenos resultados en cáncer de estómago y pulmón". Indicó que la información que se ha difundido es que la guanábana ayuda contra el cáncer; sin embargo, aclaró: "No es la guanábana, sino las hojas".

Lo que se presenta al consumidor es un producto 100% natural que además de mejorar el estilo de vida de los consumidores también ayuda a mantener la salud equilibrada.

La propuesta de valor para este producto medicinal es permitir que el consumidor tenga la tranquilidad de saber que está consumiendo un producto que previene enfermedades y por lo tanto motive a que cuide de su salud constantemente, este producto también podrá ser consumido para aquellas personas que sufran de hipertensión, asma diabetes, desordenes en el hígado y más.

Se está otorgando un producto de calidad para los consumidores de Estados Unidos debido a que el producto cumple con un apropiado empaque, etiquetado y es de fácil de preparación.

2.1.4 Ficha técnica comercial

		Filtros de hojas de guanábana	
		Partida	Descripción
		1211909099	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; paja y forraje
INFORMACIÓN BÁSICA			
Nombre Comercial: Healthy Leaves			
<p>Descripción: Producto 100% natural, las hojas han sido seleccionadas profesionalmente, lavada y puesta a secar con el fin de ser pulverizadas y envasadas en pequeñas bolsas de fibra fina para ser utilizadas con practicidad considerando que son desechables. Infusiones con propiedades preventivas y curativas.</p>			
<p>Ingredientes: Hojas de guanábana deshidratadas 100% natural</p>			
<p>Características físico químicas: Color: Verde, Olor: Característico de la especie, Sabor: Característico de la especie, Aspecto: Polvo Humedad: máximo 10%.</p>			
<p>Formas de consumo y consumidores potenciales: Filtros para la toma como infusiones de tiempo. Apto para público en general</p>			
<p>Empaque: Empaque primario: pequeñas bolsas de fibra fina Empaque secundario: Cajas de cartón.</p>			
<p>Modo de envío: Transporte marítimo. Unidades por caja: 50 filtros por caja / cajas por paleta: 30 / unidades por paleta: 900 Peso por cajita unidad: 76g</p>			
<p>Vida útil: 12 meses manteniendo el producto a temperatura ambiente</p>			

Fuente: elaboración propia

2.1.5 Adecuación vs universalización del producto

(Eumed, 2015) La Hoja de Guanábana dirigida hacia el mercado de Estados Unidos tiene como objetivo incentivar a productores y exportadores en el aprovechamiento de este recurso natural y la exportación a mercados donde su demanda es constante. A través de este proyecto se muestra información de los principales exportadores y compradores de este producto, los pasos a seguir para dar inicio a la exportación de la hoja de guanábana incluyendo los pasos a seguir registrarse en cada una de las instituciones gubernamentales para gestionar la documentación previa a la exportación. Se detallan los precios actuales de los países competidores en el mercado meta y estrategias de marketing con las que podemos captar la atención del nuevo mercado, para de esta forma poder contribuir en diversificar la oferta exportable de los productos no tradicionales generando ingresos y nuevos mercados.

Considerando que Estados Unidos es caracterizado por ser un país de culturas diversas, en donde las personas van poco a poco tomando conciencia la importancia del consumo de los productos naturales debido a su alto valor nutritivo.

Universalización del producto

En la tabla líneas abajo se puede apreciar los países que importan hojas de guanábana en el mundo.

Tabla N° 11 Principales importadores de la partida 1211.90 en USD

SA8	Importadores	valor importada en 2012	valor importada en 2013	valor importada en 2014	valor importada en 2015 ▼	valor importada en 2016
	Mundo	2.284.841	2.585.068	2.744.790	2.525.260	
☒	Estados Unidos de América <i>i</i>	315.367	344.742	360.010	355.123	362.005
☒	Alemania <i>i</i>	209.381	227.162	260.232	237.137	249.971
☒	Japón <i>i</i>	211.565	227.230	228.236	206.737	205.433
☒	Hong Kong, China <i>i</i>	95.410	106.557	135.802	116.507	111.518
☒	Singapur <i>i</i>	108.473	154.890	139.765	103.575	
☒	Taipei Chino <i>i</i>	66.473	76.740	84.764	97.243	109.498
	Corea, República de <i>i</i>	79.852	92.851	97.442	96.764	96.464
☒	China <i>i</i>	91.651	165.838	170.805	96.719	66.593
☒	Francia <i>i</i>	87.484	93.979	100.303	81.888	88.305
☒	Malasia <i>i</i>	74.784	82.630	84.062	78.655	70.745
☒	Canadá <i>i</i>	73.194	75.845	72.637	73.528	72.565

Fuente. (Trade Map, 2017)

Conforme a lo que se muestra en la fuente TRADE MAP las importaciones de partes de una planta hacia Estados Unidos han ido creciendo progresivamente esto se debe a que poco a poco este producto va teniendo más consumidores. En el 2015 las importaciones fueron de 355.123 Miles de dólares americanos, en el 2016 las importaciones de Estados Unidos fueron de 362.005 Miles de dólares americanos, es decir aumentaron 6.882 Miles de dólares americanos.

De la misma manera se refleja el aumento de las importaciones en países tan importantes como Alemania, Japón, Hong Kong China, Singapur. Los productos naturales están logrando que la gente tome conciencia de su salud del valor que tienen y de la prevención de enfermedades en varios países.

Tabla N° 12 Principales importadores de la partida 1211.90, en Toneladas.

SA8	Importadores	2012	2013		2014	2015		2016
		cantidad importada, Toneladas	cantidad importada	Unidad	cantidad importada, Toneladas	cantidad importada ▼	Unidad	cantidad importada, Toneladas
	Mundo	622.169	712.090	Toneladas	697.591	621.624	Toneladas	
☐	Alemania <i>i</i>	54.423	57.120	Toneladas	66.039	64.241	Toneladas	64.703
☐	Estados Unidos de América <i>i</i>	67.448	72.180	Toneladas	70.657	70.999	Toneladas	72.190
☐	China <i>i</i>	63.373	98.537	Toneladas	71.825	44.247	Toneladas	43.297
☐	Hong Kong, China <i>i</i>	55.075	40.809	Toneladas	35.784	33.878	Toneladas	26.911
☐	Taipei Chino <i>i</i>	32.689	34.324	Toneladas	30.119	31.303	Toneladas	32.580
☐	India <i>i</i>	22.856	30.015	Toneladas	28.170	29.215	Toneladas	29.462
☐	Japón <i>i</i>	27.605	28.440	Toneladas	28.710	27.284	Toneladas	28.839
☐	México <i>i</i>	15.679	14.693	Toneladas	23.263	26.786	Toneladas	21.872
	Corea, República de <i>i</i>	25.923	27.219	Toneladas	28.116	26.186	Toneladas	27.593
☐	España <i>i</i>	15.900	18.710	Toneladas	17.556	23.483	Toneladas	20.442

Fuente. (Trade Map, 2017)

Tabla N° 13 Componentes químicos de la hoja de Guanábana

Componentes químicos de la hoja de Guanábana
Annohexocina
Annomicina A, B, C y E
Annomicina
Annomicinas A, B y C
Muricoreacina
Gigantetronemina
Muricoreacina A y C
Javoricina

Fuente: (Cancer VG, 2014) Elaboración: Propia

Tabla N° 14 Propiedades medicinales de las hojas de guanábana

Propiedades medicinales de las hojas de guanábana
Anticancerígeno
Antiespasmódico
Sedativo
Animalario
Antidiabético
Vasodilatador
Insecticida

Fuente: (Cancer VG, 2014) Elaboración: Propia

Las hojas de guanábana irán en unas bolsitas de fibra fina y con unos empaques de papel el cual recubrirá cada bolsa de fibra fina, seguida por el envase que vendrían a ser las cajitas de cartón en presentación de 50 infusiones para asegurarnos que el contenido no se caiga irán recubiertas Aironfix.

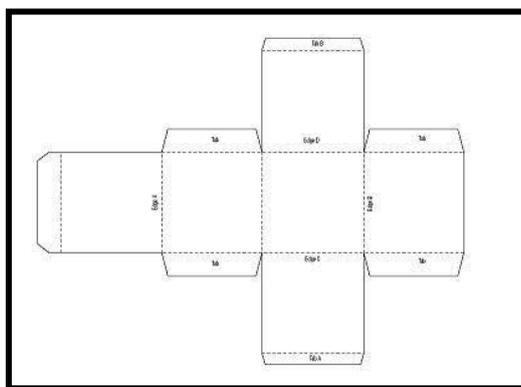


Figura N°9 Envase primario para 50 sobres

Fuente: (Pinterest , 2015)

2.1.6 Determinación de la marca

El nombre de nuestra marca será HEALTHY LEAVES, es una marca propia, que va dirigida al mercado objetivo es por esto que es en inglés, el nombre es fácil de recordar y se identifica con el producto a exportar , el

objetivo del nombre es permanecer en la mente del consumidor estadounidense.



Figura N°10 Etiqueta del producto

Fuente: (Vista Print, 2016)

Marca

Como se puede apreciar la marca Healthy Leaves tendrá el logo que se muestra líneas abajo, donde se muestra una taza con la infusión acompañadas de hojas de guanábana lo cual trata de transmitir al cliente de que producto está hecho a base de algo natural.

Las letras son de color verde, hacen referencia a la naturaleza, este color va acorde al envase primario de las infusiones ya que este será de color blanco lo cual resaltara las letras en la caja, en conclusión la marca HEALTHY LEAVES producirá atracción visual demostrando el bienestar que la marca representa.



Figura N°11 Marca del producto

Fuente: (Vista Print, 2016)

2.2 Investigación del Mercado Objetivo

(OMS, 2017). El mercado objetivo es Estados Unidos nos estamos basando según la indicación que nos brindan la plataforma de TRADE MAP e instituciones como SIICEX.

Estados Unidos es el más grande consumidor del mundo de guanábana por lo que esto nos indica que conocen de este fruto, esto se ve reflejado en el aumento del porcentaje de manera anual, la tendencia por el consumo de productos naturales va creciendo ayudándonos a posicionar el producto en el mercado objetivo.

Se sabe que el cáncer es una de las principales causas de morbilidad y mortalidad en el mundo. En 2012 se registraron alrededor de 14 millones de nuevos casos adicional a esto se prevé que el número de nuevos casos aumente aproximadamente en un 70% en los próximos 20 años, esta enfermedad es la segunda causa de muerte en el mundo; en 2015, ocasionó 8,8 millones de defunciones. Casi una de cada seis defunciones en el mundo se debe a esta enfermedad.

Esta enfermedad hace que las personas busquen como contribuir con el bienestar de su salud y reduzcan el consumo de alimentos que no brinden algún aporte, por lo que nos permiten tener más posibilidades para poder dar a conocer nuestros filtrantes de hojas de guanábana enfocándonos en personas que quieran mejorar su calidad alimenticia.

Tabla N° 15 Principales importadores de la partida 1211.90 en USD

SA8	Importadores	valor importada en 2012	valor importada en 2013	valor importada en 2014	valor importada en 2015*	valor importada en 2016
	Mundo	2.284.841	2.585.068	2.744.790	2.525.260	
🇺🇸	Estados Unidos de América <i>i</i>	315.367	344.742	360.010	355.123	362.005
🇩🇪	Alemania <i>i</i>	209.381	227.162	260.232	237.137	249.971
🇯🇵	Japón <i>i</i>	211.565	227.230	228.236	206.737	205.433
🇭🇰	Hong Kong, China <i>i</i>	95.410	106.557	135.802	116.507	111.518
🇸🇬	Singapur <i>i</i>	108.473	154.890	139.765	103.575	
🇨🇳	Taipei Chino <i>i</i>	66.473	76.740	84.764	97.243	109.498
	Corea, República de <i>i</i>	79.852	92.851	97.442	96.764	96.464
🇨🇳	China <i>i</i>	91.651	165.838	170.805	96.719	66.593
🇫🇷	Francia <i>i</i>	87.484	93.979	100.303	81.888	88.305
🇲🇾	Malasia <i>i</i>	74.784	82.630	84.062	78.655	70.745
🇨🇦	Canadá <i>i</i>	73.194	75.845	72.637	73.528	72.565

Fuente. (Trade Map, 2017)

Para poder determinar el mercado objetivo que más nos convenga se ha tenido que considerar algunas variables otorgando un valor porcentual.

Principales mercados:

Tabla N° 16 Selección de países.

OPCIONES	PAÍSES
A	Estados Unidos
B	Alemania
C	Japón

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 17 Matriz de selección del mercado objetivo

FACTORES	PESO RELATIVO	A	B	C
Población	20%	8	7	6
Consumo per cápita	30%	9	6	7
Ingreso promedio	20%	6	6	6
Obstáculos burocráticos	15%	7	6	7
Menos barreras arancelarias	10%	7	6	7
Afinidad cultural	5%	7	6	5
TOTAL	100%	7.55	6.05	6.35

Fuente: Elaboración propia.

Estados Unidos es el país que obtuvo el total más alto por lo que se escogió como mercado objetivo.

2.2.1 Segmentación del mercado objetivo

Macro Localización

Para determinar la demanda de los filtrantes con hojas de guanábana se ha utilizado 3 factores, en la figura líneas abajo se observa el consumo por toneladas desde el año 2009 hasta el año 2016, Por lo que se muestra que Estados Unidos tiene un consumo de 83.26 toneladas en el último año .

Tabla N° 18 Consumo de guanábana en estados unidos

Año	2012	2013	2014	2015	2016
Consumo	Consumo TON				
EE.UU	70.58	80.14	82.14	82.23	83.25

Elaboración propia, con referencia (Diario el correo, 2013) y (SIICEX, 2016)

En la tabla de líneas que se muestra en la parte inferior, Estados Unidos es el principal importador de la partida 12.11.90., seguido por Alemania y Japón, estas cifras nos ayudan a ver si el mercado elegido es el correcto y poder darnos cuenta el aumento progresivo expresado en USD.

Tabla N° 19 Principales importadores de la partida 1211.90 en USD.

SA8	Importadores	valor importada en 2012	valor importada en 2013	valor importada en 2014	valor importada en 2015▼	valor importada en 2016
	Mundo	2.284.841	2.585.068	2.744.790	2.525.260	
	Estados Unidos de América i	315.367	344.742	360.010	355.123	362.005
	Alemania i	209.381	227.162	260.232	237.137	249.971
	Japón i	211.565	227.230	228.236	206.737	205.433
	Hong Kong, China i	95.410	106.557	135.802	116.507	111.518
	Singapur i	108.473	154.890	139.765	103.575	
	Taipei Chino i	66.473	76.740	84.764	97.243	109.498
	Corea, Republica de i	79.852	92.851	97.442	96.764	96.464
	China i	91.651	165.838	170.805	96.719	66.593
	Francia i	87.484	93.979	100.303	81.888	88.305
	Malasia i	74.784	82.630	84.062	78.655	70.745
	Canadá i	73.194	75.845	72.637	73.528	72.565

Fuente. (Trade Map, 2017)

Micro Localización

Luego de definir el país destino, continuaremos con la segmentación Micro lo cual nos permitirá determinar el estado al que va dirigido exactamente nuestro producto. Se han escogido 3 Estados donde se considera que se Encuentran las más grandes empresas que importan filtrantes a base de hojas de guanábana.

Tabla N° 20 Micro segmentación por estados

Indicadores	Nivel de importancia %	Miami	Nivel de importancia 1-4	Puntaje	Nueva York	Nivel de importancia 1-4	Puntaje	Texas	Nivel de importancia 1-4	Puntaje
Aspectos demográficos	20	25639.37	3	60	8,491,000	2	40	19487.053	2	40
Edades (26-69 años)	15	13343.96	4	60	4,805,906	3	45	10515.677	3	45
Latinos o hispanos (%)	20	38.4	3	60	236	3	60	18.4	1	20
Ingreso per cápita de dinero (2013)	15	26.236	3	40	26.019	3	45	32.382	4	60
Aspectos climáticos	13	TROPICAL	4	52	TROPICAL	4	52	VARIADO	3	39
Personas x milla cuadrada	8	96.3	1	8	3506	4	32	411.2	4	32
Empresas de prop latino	9	20.7	3	27	224	7	36	9.9	2	18
TOTAL	100.0			307			310			254

Fuente: (Census, 2015) Elaboración Propia

Concluida la sumatoria nos decidimos por trabajar con el estado de destino Nueva York, debido a que posee un puerto para realizar los ingresos marítimos y la mayoría de empresas de productos naturales se encuentran ubicadas en este lugar la mayoría.

Influencia de los acuerdos internacionales para el acceso al mercado

Perú y Estados Unidos cuentan con un tratado de libre comercio (TLC). Éste nos permitirá el acceso al mercado dándonos competitividad ante otros países, a continuación los objetivos del este acuerdo:

- Acceso preferencial de las exportaciones
- Crecimiento de productividad de empresas peruana
- Competitividad y mejores prácticas en el país.
- Incremento de exportaciones

Otro acuerdo importante es el Acuerdo de Asociación Transpacífico o TPP por sus siglas en inglés, es un tratado de libre comercio multilateral promovido por Estados Unidos e involucra a otros 11 países en el cual está incluido Perú. El TPP comprende 30 capítulos del tratado en el cual tocan los puntos como acceso de mercancías al mercado, administración aduanera y facilitación del mercado, servicio financiero, competencia, etc. (MINCETUR, 2016).

2.2.1.1 Medición del mercado objetivo

- Estructura de la demanda: $Q = n * q$

n: Número de unidades de consumo.

q: cantidad consumida por unidad.

Q: demanda potencial del mercado.

Estados Unidos es el tercer país más poblado del mundo, culminó el año 2016 con una población de 323.127.513 personas, lo que supone un incremento de 2.230.895 habitantes respecto a 2015, en el que la población fue de 320.896.618 individuos. (Datosmacro)

Nueva York cerró 2016 con una población de 8, 491,000 personas, Es el 4º estado de Estados Unidos en cuanto a población se refiere.

Se determinó que una persona consume diariamente 2 Filtrantes, Entonces;
q: es la cantidad de filtrantes consumida anualmente por persona. Para el cálculo de la demanda potencial se multiplica 1,316,105 personas por el consumo que es 2 diarios y se obtiene como resultado la demanda potencial de 2,632,210 filtrantes mensuales y 960,756,650 filtrantes anuales .
Asimismo, se ha considerado trabajar el 8.55% de la cuota del mercado para el 2017 que sería 2, 700,000 **filtrantes anuales o 54,000 cajas de 50 filtrantes anuales que es la cantidad que la empresa va a exportar.**

Tabla N° 21 Cálculo del mercado potencial

ESTADO	NUEVA YORK
Población total	8.491.000
Porcentaje adulta aproximada (26-69 años)	15.5. %
Mercado Potencial	1,316,105

Fuente: Elaboración propia con datos de United States Census Bureau (United States Census Bureau, 2016) y Centers for Disease Control and Prevention (Centers for Disease Control and Prevention, 2013)

Nuestro producto va dirigido a la población que se encuentra entre las edades de 26-69 años, en el espacio geográfico elegido. El mercado objetivo potencial es de 1, 316,105 personas. Para el cálculo se tomó como participación de mercado deseada un 8.55 % del total del Mercado Potencial, en la siguiente tabla se puede observar el cálculo del Mercado Objetivo:

Tabla N° 22 Cálculo del mercado objetivo

ESTADO	NUEVA YORK
Mercado Potencial	1,316,105
Porcentaje	8.55%
Mercado Objetivo	112,500

Fuente: Elaboración propia con datos de (Santander, 2016)

Teniendo como objetivo de participación inicial de 8.55%, el mercado objetivo total de consumidores según el perfil elegido es de 112,500 personas.

2.2.1.2 Acceso al mercado

Se tiene con Estados Unidos un TLC (Tratado de Libre Comercio). Este tratado de Libre Comercio hará que nuestra empresa Natural Leaves S.A.C. al liberar al 100% el Ad Valorem a la partida de nuestro producto.

Gravámenes Vigentes	Valor
Ad / Valorem	0%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Específicos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	1.25%
Sobretasa	0%
Unidad de Medida:	KG

Figura N°12 Medidas impositivas para la mercancía sub partida nacional 1211.90.90.99

Fuente. (Sunat, 2016)

Como se sabe el mercado estadounidense es muy estricto en cuanto a requisitos para el ingreso de mercancías, éstos son los requisitos básicos que solicitan:

- Certificado de Origen
- Certificación SENASA
- Se notifica al FDA (Food and drug administration) por parte del importador.
- Factura Comercial
- Packing List

Marcado y Etiquetado

Los productos extranjeros que se exporten a los EE.UU. deben estar rotulados de la manera adecuada cumpliendo la normativa, que se encuentran en el Código de Regulaciones Federales, Título 21, Parte 101

“FoodLabeling” (21 CFR 101). De no ser así no permitirán el ingreso del producto en mercado destino.

2.2.2 Tendencia de consumo

2.2.2.1 Perfil del consumidor y posicionamiento

El consumidor estadounidense tiene como tendencia probar productos extranjeros y hoy en día con más razón si son naturales debido a que el consumidor en este país está tomando conciencia de las enfermedades que se presentan en estos tiempos, cabe resaltar que el consumidor estadounidense es muy diverso en sus intereses. Valoran mucho la alimentación y su apariencia pero el comportamiento de los consumidores de EE.UU se ha modificado en los últimos años, debido a que ahora están aprendiendo a vivir con menos productos caros.

Se puede decir que el consumidor estadounidense se preocupa más por su salud.

El consumidor de New York ha aumentado su preferencia por productos libres de grasas y aditivos químicos. Es decir ha optado por consumir productos novedosos sin dejar de lado su perfil exigente pero demostrando que le importa el medio ambiente, valorando los productos por su calidad y no por su precio.

Adicional a esto se interesa por saber los beneficios de los productos y analizar los aportes que estos pueden tener.

Cabe resaltar que hoy en día se han vuelto consumidores conscientes que buscan invertir en productos que puedan asegurarle una mejor vejez y por eso, se esmeran en adquirir productos anti envejecimiento, preventivos de enfermedades, vitaminas, minerales y suplementos alimenticios.

Líneas abajo se puede apreciar los gastos de consumo por categorías de productos en %. A continuación, gastos por categorías del consumidor:

Tabla N° 23 Gastos por consumo

Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales	2011
Salud	20,6%
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	18,7%
Transporte	10,3%
Ocio y cultura	9,3%
Alimentos y bebidas no alcohólicas	6,7%
Hoteles, cafés y restaurantes	6,4%
Muebles, electrodomésticos y mantenimiento del hogar	4,1%
Ropa y calzado	3,5%
Educación	2,4%
Comunicación	2,4%
Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos	2,0%

Fuente: (Santander, 2016)

Los filtrantes de hoja de va dirigido a persona en el rango de edad de 26-69 años, que resultan en un total de 52.864 habitantes. Los gastos de consumo de manera anual son de 11.400.068 dólares americanos esto va creciendo progresivamente de manera porcentual como se puede apreciar en la figura detallada líneas abajo.

Distribución de la población por edades en %	
Menos de 5 años:	6,9% 
De 5 a 14 años:	13,3% 
De 15 a 24 años:	14,1% 
De 25 a 69 años:	56,6% 
Más de 70 años:	9,1% 
Más de 80 años:	3,8% 

Figura N°13 Distribución de la población por edades

Fuente: (Santander, 2016)

Gastos de consumo de los hogares	2013	2014	2015
Gastos de consumo de los hogares <i>(Millones de USD, precio constante de 2000)</i>	10.740.009	11.048.479	11.400.068
Gastos de consumo de los hogares <i>(crecimiento anual, %)</i>	1,5	2,9	3,2
Gastos de consumo de los hogares per capita <i>(USD, precio constante de 2000)</i>	33.941	34.645	35.468
Gastos de consumo de los hogares <i>(% of GDP)</i>	68,1	68,2	68,1

Figura N°14 Gastos de consumo de los hogares

Fuente: (Santander, 2016)

2.3 Análisis de Oferta y demanda

2.3.1 Análisis de la Oferta

En la partida 1211909099, se obtuvo la data de los 5 principales países que exportan estos productos.

- **Oferta Mundial**

Tabla N° 24 Principales países Exportadores de la partida 1211909099 en (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	2.181.464	2.819.181	2.901.792	2.620.582	
China ⓘ	722.137	1.061.930	1.107.652	902.809	882.389
India ⓘ	196.331	207.685	238.705	237.303	259.325
Alemania ⓘ	137.875	147.135	159.860	150.841	150.285
Egipto ⓘ	82.776	109.692	130.388	118.720	
Estados Unidos de América ⓘ	76.613	77.605	89.576	83.815	112.107

Fuente: (Trade Map, 2015)

Los exportadores de la partida 1211909099 destacan China E India. Como se puede ver Estados Unidos también es un exportador, es decir, a la vez, que importa el producto adiciona un valor agregado para poder exportarlo a otros países y cumplir los requerimientos de su mercado objetivo, sin embargo, su participación en exportación se encuentra en la posición número cinco.

- **Oferta Nacional**

Tabla N° 25 Total de Exportaciones Peruanas de la partida 1211909099

Pais de Destino	Valor FOB(dólares)	Peso Neto(Kilos)	Peso Bruto(Kilos)	Porcentaje FOB
US - UNITED STATES	2,295,233.80	547,966.259	609,433.464	45.19
MX - MEXICO	622,050.16	281,854.210	282,589.000	12.25
BD - BANGLADESH	418,377.50	140,725.000	141,350.000	8.24
ES - SPAIN	324,408.13	122,335.084	125,598.003	6.39
FR - FRANCE	283,749.56	72,637.323	74,593.245	5.59

Fuente: (SUNAT, 2016)

La exportación de la partida 1211909099 a Estados Unidos tiene un valor FOB de 2,295,233.80 en el año 2016 en miles de dólares americanos, el porcentaje FOB es de 45.19% según la información que nos brinda SUNAT Estados Unidos tiene la mayor importación de Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; paja y forraje. No obstante, el incremento que hemos tenido con Estado Unidos ha ido incrementando considerablemente y esto nos ayuda encontrar nuevos nichos de mercado.

Tabla N° 26 Principales Empresas Exportadoras Peruanas de la partida 1211909099

Empresa	%Var 16-15	%Part. 16
COUNTRY HOME SA	-18%	17%
AGROMAX INTERNATIONAL S.A.C.	14%	8%
CHILES ANDINOS S.A.C	236%	7%
ECOMPAL S.A.C.	-2%	6%
BUENA VISTA SAC	255%	6%

Fuente. (Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX), 2016)

En la figura 22 se puede observar las 5 primeras empresas que participan en la exportación de filtrantes de hoja de guanábana, al principal país que se exporta este producto es a Estados Unidos. La empresa COUNTRY HOME SA tiene inicio de actividades de importación y exportación desde 01/09/1974.

2.3.2 Análisis de la demanda

- **Proyección de la Demanda**

Para proyectar la demanda exportable del producto para los próximos 5 años hacia el mercado de Estados Unidos, se ha tomado como referencia la serie histórica, dicha información permitirá el análisis median el método mínimos cuadrados.

$$y = \beta_0 + \beta_1 x$$

$$\beta_0 = \bar{y} - b\bar{x}$$

$$\beta_1 = \frac{\sum xy - n\bar{x}\bar{y}}{\sum x^2 - n\bar{x}^2}$$

Tabla N° 27 Proyección de mínimos cuadros de la demanda de Guanábana en Estados Unidos-New York

AÑO	X	y	x*y	x2
2012	1	60.14	60.14	1
2013	2	68.15	136.3	4
2014	3	69.52	208.56	9
2015	4	69.68	278.72	16
2016	5	71.24	356.2	25
PROMEDIO	3	68	208	11
SUMA	15	338.73	1039.92	55
B1	2.37			
B0	46.39			

Fuente. Elaboración propia

A continuación, las proyecciones de la demanda del 2016 hacia adelante.

X Proy.	Y Proy.
6	73.61
7	75.99
8	78.36
9	80.73
10	83.10

Como se observa la demanda por el producto se incrementara a una tasa promedio de 3.72%

Debido a que en los últimos 5 años la demanda de Guanábana ha tenido la tendencia de crecimiento se ha realizado el método mínimo cuadrado el cual permite calcular más adelante presupuestos.

- Proyección de las exportaciones

Tabla N° 28 Proyección de las exportaciones

Años	2018	2019	2020	2021	2022
Participación de las exportaciones	0.76%				
Cantidades de exportaciones proyectadas en KG	4,153.85	4,308.37	4,468.64	4,634.87	4,807.29
Cantidades de exportaciones peruanas en KG	547,966	568,351	589,493	611,422	634,167
Tasa de crecimiento		3.72%			

Elaboración propia

Se puede observar que para el primer año la empresa va a exportar 4,153.85 kilogramos que representa una cuota de mercado del 0.76 % del total de exportaciones que Perú realiza de EEUU y la tendencia de crecimiento anual aprovechando la demanda que existe en el mercado va ser de 3.72%.

- **Proyección importaciones**

Para proyectar las importaciones en los siguientes 5 años se ha tomado como variables PBI per cápita, tipo de cambio e importaciones desde el año 2012 del mercado Estadounidense

Tabla N° 29 Relación de las importaciones con el PBI y el TIPO DE CAMBIO

Variables	Importaciones			
PBIpc	↑	↑	↓	↓
Tipo de Cambio	↑	↓	↓	↑

Fuente. Elaboración propia

La relación es la siguiente: si el PBIpc sube las importaciones también suben y si el PBIpc baja las importaciones también bajan; si el TC sube las importaciones bajan y si el TC baja las importaciones sube.

Tabla N° 30 Variables y regresión

Variables	intercepción	coeficientes
PBIpc	Variable X 1	-0.248485213
Tipo de cambio	Variable X 2	0.378883207
Regresión de importaciones= 88.03 - 0.25*Pbi_pc+0.38*TC		

Fuente. Elaboración propia

El tipo de cambio explica de manera positiva pero muy levemente o de manera imperceptible a las importaciones, es decir la población no toma muy en cuenta esta variable para la decisión de las importaciones.

A continuación, se realiza la transformación en índices para que tenga la misma medida.

ÍNDICES	Año	PBI M.M. US\$	PBI PER CAPITAMILL US\$	TIPO DE CAMBIO DE PEN / DOLAR	IMPORTACIONES TOTALES DEL PRODUCTO
	2012	100.00	100.0	100.00	100.00
	2013	99.95	99.23	108.50	107.02
	2014	104.12	102.55	115.35	104.76
	2015	129.28	126.36	131.72	105.26
	2016	133.39	130.35	132.23	107.03
	2017	143.89	143.89	141.95	106.00
	2018	155.21	155.21	152.38	107.13
	2019	167.43	167.43	163.58	108.33
	2020	180.60	180.60	175.60	109.61
2021	194.82	194.82	188.51	110.96	

Tabla N° 31 Proyección en valores de las importaciones de New York

Año	PBI MILL US\$	PBI PER CAPITAMILL US\$	TIPO DE CAMBIO DE PEN / DOLAR	IMPORTACIONES TOTALES DEL PRODUCTO TON
2012	13,454,367.25	42.83	2.57	67.45
2013	13,447,710.78	42.50	2.78	72.18
2014	14,008,744.95	43.92	2.96	70.66
2015	17,394,467.84	54.12	3.38	71.00
2016	17,946,690.56	55.83	3.39	72.19
2017	19,359,095.11	55.87	3.64	71.49
2018	20,882,655.89	55.91	3.91	72.26
2019	22,526,120.91	55.95	4.20	73.07
2020	24,298,926.63	55.99	4.51	73.93
2021	26,211,252.15	56.03	4.84	74.84

Fuente. Elaboración Propia en base a datos (Datos Macro, 2017) (Ministerio de economía y finanzas, 2017)

Según la proyección realizada el mercado es atractivo porque importan en grandes cantidades el producto y se debe principalmente a que la producción estadounidense disminuyó en gran proporción y en los próximos 5 años el PIBpc se incrementará lentamente y también se incrementarán las importaciones totales del producto

2.4 Estrategias de Ventas y Distribución

Estrategias de venta

Atraer clientes ofreciéndoles productos de calidad que aporten a su calidad de vida, y con un rotulado con la información al detalle del producto.

- Disponibilidad de stock para cumplir con las solicitudes programadas.
- Garantizar la calidad del producto y cumplir con los permisos establecidos para exportar.

- Garantizar la seguridad, privacidad e integridad de información proporcionada por el comprador.

Entre las estrategias de distribución que se aplicarán están las siguientes:

- Contar con intermediarios, que serán nuestros propios clientes distribuidores en el mercado de destino para la distribución del producto.
- Operar con intermediarios que trabajen con los productos de la competencia
- Integrar los intereses de la empresa como del distribuidor pudiendo obtener sus puntos de vista en cuestiones de comercialización, esfuerzos promocionales, servicios, precios sugeridos.

2.4.1 Estrategias de segmentación

La segmentación del mercado objetivo son los consumidores del estado de New York las edades van de 26 años a 69 años de edad, que se preocupan por su salud, por prevenir y curar enfermedades. El uso de este producto es frecuente se puede tomar en cualquier momento del día.

Según Philip Kotler, la segmentación es la subdivisión del mercado en grupos: segmentación geográfica, segmentación demográfica, segmentación pictográfica y segmentación conductual. A continuación, se muestra el siguiente gráfico:

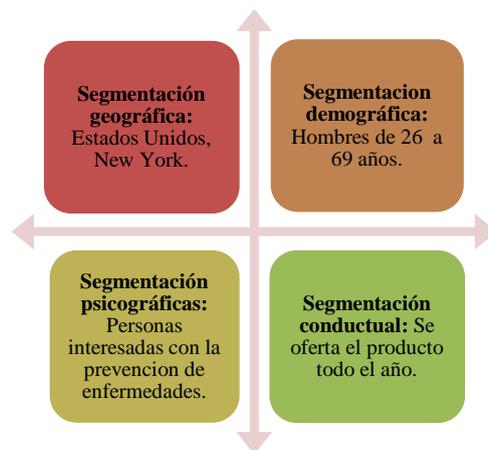


Figura N°15 Estrategia de segmentación Kotler

Elaboración: Propia

2.4.2 Estrategias de posicionamiento

Estrategias que se van a emplear:

- Necesidad a satisfacer: Producto natural específicamente para personas que realizan deporte.
- Ocasiones de uso: Se consume en cualquier época del año, puede ser antes de realizar actividad física o durante el día.
- Clases de usuario: Personas que llevan un estilo de vida saludable.

2.4.3 Estrategias de distribución comercial

Mediante la estrategia diseñada, se observa que la siguiente distribución se adecua a nuestra empresa:

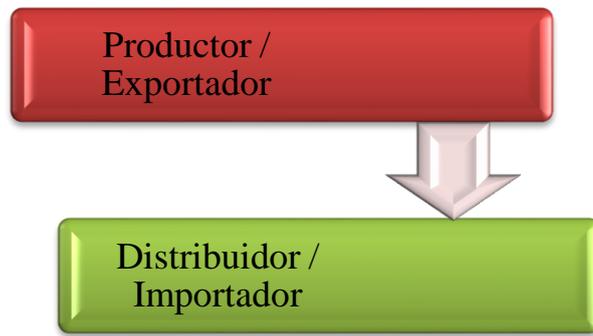


Figura N°16 Distribución comercial

Elaboración: Propia

2.5 Estrategias de Promoción

La Estrategia de promoción que se usará para el proyecto consistirá en una serie de acciones puntuales que permitirán hacer conocida la marca, la empresa y el producto.



Figura N°17 Los principales beneficios de participar en ferias

Fuente: Elaboración propia sobre la base de entrevistas.

En la siguiente figura muestra los aspectos más relevantes cuando se participa de una feria, asimismo los entrevistados indicaron que participaron en las siguientes ferias donde se presentan productos naturales.

2.5.1 Establecer mecanismos adecuados de promoción

Los principales mecanismos de promoción que se empleará:

- **Publicidad a través de las redes sociales**

Las redes sociales es el medio que nos permite ahorrar tiempo debido a que las solicitudes son de manera más inmediata permitiendo que un segmento de nuestro mercado objetivo (jóvenes) pueda tener la información y contacto de manera inmediata. Debido a su bajo costo y fácil acceso constituyen una opción ideal de publicidad. Redes sociales a utilizar: Facebook.

- **Ferias nacionales e internacionales**

En cuanto a la principal estrategia de promoción para los filtrantes de hojas de guanábana, son las ferias nacionales e internacionales de alimentos orgánicos y de tal manera aprovechar la ocasión para contactar potenciales clientes, ofreciéndoles la alternativa más atractiva de presentación del producto frente a los competidores. Son las siguientes:

Principal Feria Nacional:

- ◆ EXOPOALIMENTARIA-PERÚ

Principal Feria Internacional:

- ◆ SUMMER FANCY FOOD

CAPÍTULO III. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

3.1 Envases, Empaque y embalajes

a) Envase Primario

Nuestra empresa Natural Leaves, se dedicará a la compra de las hojas secas de guanábana para la elaboración de filtrantes en bolsas de papel filtro con dimensiones de 5 x 5 centímetros, el contenido neto por sobre será de 1.5 gr., los filtrantes serán dispuestos finalmente en cajas de cartón impreso con 50 bolsitas individuales, que de igual manera deberán tener envoltura individual y etiqueta.

- Propiedades del envase:
- Bajo costo
- Material reciclable
- Fácil impresión de la etiqueta
- Fácil organización de la carga
- Protección del producto



Figura N°18 Envase primario del producto (bolsita de filtrante por 50 filtrantes)

Fuente: (Shine On, 2015)



Figura N°19 Envase primario del producto

Fuente. (Shine On, 2015)

Considerando que la empresa Natural Leaves no cuenta con la maquinaria necesaria para realizar la trituración y empaquetado primario, se procederá a tercerizar el servicio con la empresa FAMIPACK, ubicada en el callao, especializada en este tipo de servicios.

Para el proceso se utilizará el equipo CTC triangular de envasado: enrollamiento, cortador y trituración de hojas CTC, equipo para realizar la molienda y empaquetado automático de los filtrantes de hojas de guanábana.

También se encargara de realizar el etiquetado, envasado y empaquetado.

Esta máquina tiene capacidad de procesar 30 sobres por minuto con peso promedio de 1.5 gramos por sobre.



Figura N°20 CTC triangular de envasado

Fuente. (Fami Pack, 2016)

b) Empaque

Las cajitas de cartón contendrá 50 sobres filtrantes de guanábana con peso de 75gr., las medidas de las cajas son 14 x 11 x 7cm.

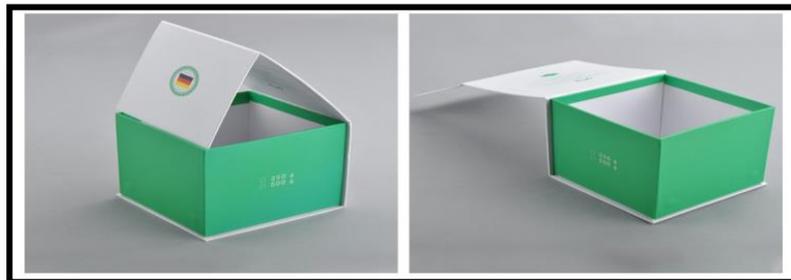


Figura N°21 Medidas del empaque del producto

Fuente: (Custom Packaging Boxes, 2016)

c) Embalaje

El embalaje será de cartón corrugado y contendrá 30 cajitas de 50 filtrantes cada una, las dimensiones de la caja de cartón corrugado serán 15 x 60 x 45 cm, líneas abajo visualización del embalaje según la cantidad solicitada.



Figura N°22 Caja de cartón corrugado

Fuente: (Grupo Tam, 2016)

Este embalaje es el adecuado debido a que la carga es liviana y pequeña, la caja de cartón corrugado ayudará a organizar el empaque de la manera correcta y homogénea.

- Ventajas de utilizar cartón corrugado:
- Reciclable
- Ayudan contra la humedad
- Precio accesible
- Peso ligero

3.2 Diseño del rotulado y marcado

3.2.1 Diseño del rotulado

Considerando que Estados Unidos es nuestro país destino, el rotulado debe contar con todos los requisitos para que el producto se comercialice cumpliendo la normativa.

Se debe considerar que toda indicación en el empaque debe ser obligatoriamente en inglés, indicado el mercado de origen “hecho en” es obligatorio.

Se debe considerar que los productos importados deben contar con la etiqueta indeleble, dando especificaciones particulares, si es un producto alimentario debe indicarse el detalle de los ingredientes y valor nutricional esto se puede verificar en la página de la FDA (Food and Drug Administration).

Etiqueta

El envase primario tendrá impreso la etiqueta todo en uno. A continuación, la etiqueta en inglés, ya que va dirigido hacia el mercado estadounidense. Ayuda a la mejor comprensión del producto al cliente final.



Figura N°23 Superior de la etiqueta en ingles

Fuente: Elaboración propia



Figura N°24 Inferior de la etiqueta en ingles

Fuente: Elaboración propia

3.2.2 Diseño del marcado

Para un mejor manipuleo de la carga se deben poner algunas indicaciones en la parte externa de la caja así asegurarnos de que la carga llegue en perfectas condiciones a destino, siendo apilada de una manera correcta, de igual manera detallar el lugar destino y a quien está siendo dirigida la mercadería.

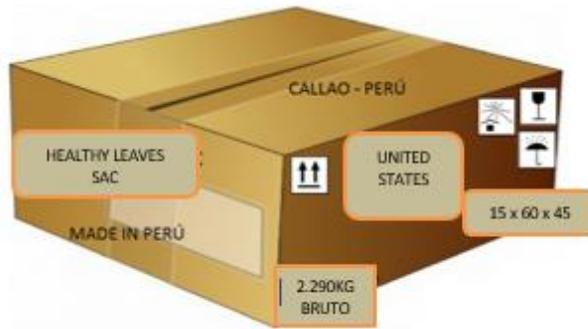


Figura N°25 Diseño de la caja de carga

Fuente: (Exportacion , 2012)

Pictogramas

Los pictogramas a utilizar serán las detalladas líneas abajo, en el empaque unitario del producto también irán las indicaciones de como conservar el producto, de esta manera se evitara un mal manipuleo y conservación de la carga.



Figura N°26 Pictogramas

Fuente: (Seminario de empaques y embalajes para exportacion, 2013)

3.3 Unitarización y cubicaje de la carga

Pallet

El pallet a utilizar con nuestro producto es el estándar de 1.2 x 1 mt, tendrán que utilizarse paletas tratadas con la empresa GESTION MADERERA SAC la cual trabaja con tratamiento **Térmico según la Norma Internacional NIMF N°15** que regula el embalaje de madera para exportaciones, certificadas por el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA).

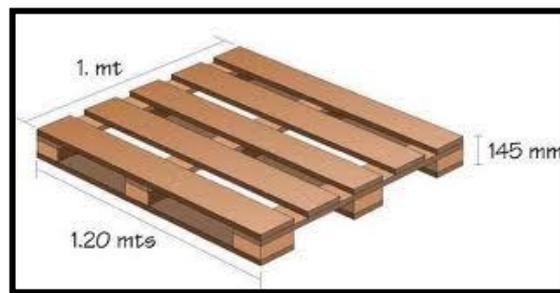


Figura N°27 Pallet Standard

Fuente: (EOI , 2015) y (Remasa, 2015)

Medidas del contenedor

Los filtrantes de guanábana se exportarán utilizando un contenedores estándar de 20 pies.

Se ha escogido el tamaño de este contenedor debido a que va en relación con la demanda del producto con el cliente en mercado destino.

Tabla N° 32 Dimensiones del contenedor

	Dimensiones Exteriores			Dimensiones Interiores			Capacidad (m3)	Tara (Kg)
	Largo (m)	Ancho (m)	Alto (m)	Largo (m)	Ancho (m)	Alto (m)		
20' Seco Estándar	6,058	2,438	2,591	5,898	2,352	2,393	33,2	2.340

Fuente: (Agunsa, 2016)



Figura N°28 Contenedor 20' Standard

Fuente: (Comercio y negocios, 2013)

Detalle de Unitarización

- ✓ Cantidad: 900 cajitas de 50 filtrantes por pallet
- ✓ Medidas del empaque: 14 x 11 x 7cm
- ✓ Medidas Interiores de la caja: 15 x 60 x 45 cm.
- ✓ Medidas del Pallet: 1.2 x 1 mt.
- ✓ Medida del Contenedor: 20 pies Estándar seco

- ✓ El empaque primario tiene como medidas 14 x 11 x 7cm. 50 unidades de filtrantes de producto.
- ✓ El embalaje es una caja de cartón corrugado, de 15 x 60 x 45 cm. que contendrá 30 cajitas de 50 filtrantes
- ✓ En el contenedor de 20 pies LCL se pondrán 5pallets de 1.2 x 1 mt. Como base, realizando la distribución como se muestra líneas abajo.

Tabla N° 33 Distribución de cajas por pallet de 1.2x 1mt.

Paletas	Cajas de cartón corrugado x pallet	Cajas de cartón corrugado x contenedor	Cajitas unitarias x caja	Cajitas Pequeñas x contenedor
5	30	150	30 cajitas de 50 Filtrantes	4500 cajitas de 50 filtrantes

Fuente: Elaboración Propia

En total se exportarán, mensualmente, 4500 cajitas de 50 filtrantes, la carga será distribuida en 5 paletas por contenedor de 20. Cada paleta contiene 30 cajas de cartón corrugado (apiladas 6 cajas por alto) haciendo un total de 150 cajas de cartón corrugado por contenedor.

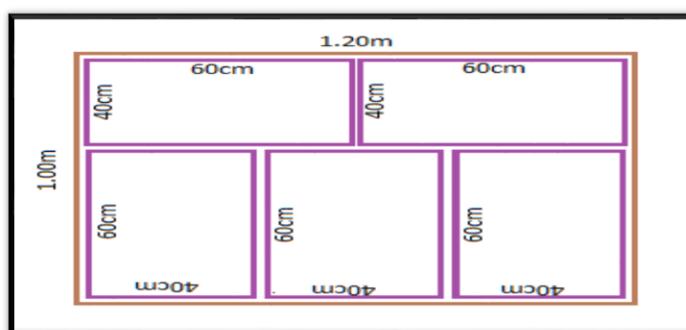


Figura N°29 Determinación de cajas por pallet

Fuente: (UPC, 2013)

Solo se utilizara paletas en la base del contenedor, no se pondrán paletas sobre las cajas debido a que es carga liviana y podría estropearse el envase primario, serán 5 paletas por contenedor se utilizaran sunchos y strech film para estabilizar las cajas, adicional a esto servicio de trincado en la base asegurando los pallets para mantenerlos fijos al contenedor y así mantener orden.

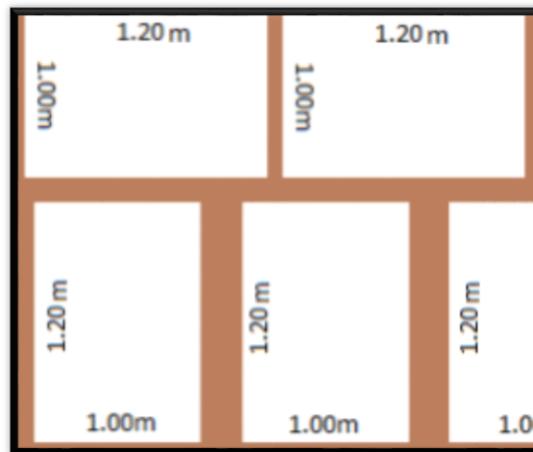


Figura N°30 Distribución de paletas en contenedor de 20 pies

Fuente: (Unitarizacon, 2015)

3.4 Cadena de DFI de exportación

Los operadores Logísticos, están encargados de DFI, Distribución física internacional, de una empresa. En una exportación los operadores logísticos incluyen un servicio integral el cual incluye retiro de contenedor vacío, llenado en depósito temporal, servicio de transporte, agenciamiento aduanero, transporte hacia puerto, el embarque a la naviera y el traslado al lugar de destino.

Entre los tres principales operadores logísticos, que brindan un servicio integral, tenemos los siguientes:

Tabla N° 34 Principales Operadores logísticos

CRITERIOS	ALTERNATIVAS DE SELECCIÓN						
	PORCENTAJE DE IMPORTANCIA %	CONTRANS	CALIFICACION	UNIMAR	CALIFICACION	TPP	CALIFICACION
COSTOS POR SERVICIOS LOGISTICOS	0.3	2	0.7	3	0.9	3	0.9
EFICIENCIA EN LAS OPERACIONES DE LLENADO	0.35	3	1.05	3	1.05	2	0.8
ATENCION AL CLIENTE	0.2	2	0.4	2	0.5	1	0.3
SERVICIO DE TRANSPORTE	0.15	2	0.5	2	0.4	2	0.3
TOTAL	1		2.65		2.85		2.3

Elaboración propia

Se trabajará toda la operación logística con el depósito temporal aduanero/operador logístico de UNIMAR SA. Debido a que cuenta con un servicio completo y de calidad donde la atención al cliente es durante las 24H, personal capacitado y comprometido para poder culminar las operaciones libres de sobreestadía o algún pago de multas.

Los costos logísticos van de acuerdo al mercado, sin embargo la tarifa puede disminuir en algunos costos dependiendo de la temporada y si la cantidad de envío contenedores aumenta.

Los servicios que brinda el área de Operaciones logísticas para servicios integrales, se brinda con atención personalizada debido a que ya tienen definidos los clientes frecuentes y saben el tipo de manipuleo que se requiere y los servicios a realizar, trabajando conjuntamente con el área de atención al cliente y el vendedor de la mercancía.

El servicio de transporte, es directo a diferencia de otros operadores por lo que nos beneficia ya que las coordinaciones son con la misma empresa cuentan con 70 unidades de transporte a disposición del cliente, previa coordinación (traslado de contenedor vacío a UNIMAR).

Pasos para la elaboración del producto a exportar

En la siguiente tabla se puede apreciar los pasos para contar con los filtrantes de hojas de guanábana, estamos trabajando con un proveedor “GUANABANA-LIMAPERU-VENTAS” los cuales son nuestro proveedor frecuente, nos brindan la materia prima seleccionada para realizar el traslado a la empresa que nos ayudará con el proceso de pulverización y envase primario “FAMIPACK”.

Tabla N° 35 Proceso de elaboración.

1. Comprar la materia prima y llevarla a planta de procesamiento
2. Selección de la materia prima
3. Remover las partículas dañadas
4. Molienda de las hojas en partículas de 0.04/0.06 milímetros
5. Empaquetado en las bolsitas de papel filtro
6. Empaquetado en cajas de 50 sobres

Fuente: (Romero, 2015)

Tabla N° 36 Cuadro comparativo – Transporte aéreo y marítimo.

	Ventajas	Desventajas
TRANSPORTE AEREO	Rapidez en llegar la carga a destino, mayor cobertura geográfica, flexibilidad en horarios de envío.	Tarifa de transporte elevada, almacenes de carga aérea mayores costos de almacén y limitaciones en envíos de carga.
TANSPORTE MARITIMO	Permite transportar grandes volúmenes de mercancías, las tarifas de transporte más cómodas, Menores restricciones a la carga (tipo, peso , volumen)	Toma más días en llegar a puerto destino, Costos de seguros elevados.

Fuente: Elaboración propia con información de Comercio Internacional (2013)

En nuestras operaciones de exportación de filtrantes a base de hojas de guanábana el medio de transporte a utilizar será marítimo debido a que en este medio podemos exportar grandes volúmenes a un menor costo, sin embargo podríamos considerar en casos específicos el transporte aéreo en caso el cliente lo requiera, no estamos optando que la vía aérea sea nuestro transporte usual debido a que si bien es cierto es más rápido y seguro el costo es más elevado.

Cabe resaltar que de igual manera se están tomando las medidas necesarias para que nuestra carga llegue en perfecto estado utilizado el medio de transporte marítimo, es decir embalaje correcto unitarización adecuada y expertos en el manipuleo de la carga.

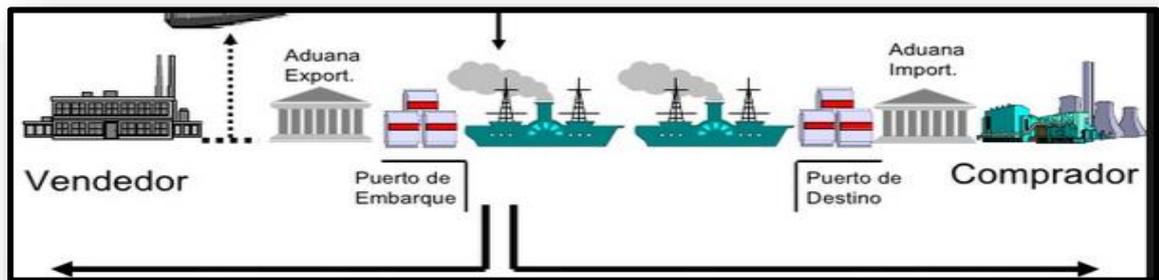


Figura N°31 Cadena de distribución

Fuente: (INCEA, 2011)

Riesgo del Vendedor:

- Entregar la mercancía cruzando la borda del buque
- Efectuar despacho de exportación

Riesgo del Comprador:

- Contratar seguro y transporte hasta destino
- Efectuar despacho de importación

Tabla N° 37 Costo Logístico por embarque de un Cnt '20 LCL (Expresado en US\$)

Detalle del Costo Logístico	Valor
Bill of Lading	60.00
Transporte Interno	300.00
Carga / descarga	60.00
Embalador	60.00
Rec. Previo/ físico	50.00
Visto Bueno del BL	90.00
TOTAL	620

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en el detalle de costos logísticos se toman conceptos como bill of Lading, transporte interno, carga/ descarga, embalador, reconocimiento previo/ físico y visto bueno del BL.

CAPÍTULO IV. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

En el presente capítulo se fijará el precio mediante el método de coherencia interna y externa, se obtendrán los costos y precios, la cotización internacional, descripción del contrato de exportación, elección del incoterm, determinación del medio de pago, elección de régimen de exportación, gestión aduanera del comercio internacional y gestión de las operaciones de exportación.

4.1 Fijación de precios

Para determinar el precio del producto se evaluará los costos y gastos de exportación

El mercado estadounidense puede pagar un precio promedio, el primer factor en el que se basan para realizar una compra es el beneficio del consumo y el segundo factor es precio del producto.

USA sigue creciendo a pesar del cambio de gobierno, Según él (Fondo Monetario Internacional, 2017), la economía de USA continuará creciendo, se prevé que durante el presente año el PBI suba en 2.3%, debido al recorte de impuestos, gastos en infraestructura y reforma regulatoria.

4.1.1 Métodos de fijación

Coherencia Interna

Se utiliza este método porque garantiza que se consiga un margen de ganancia. El precio se fijará asegurándose de que se cubran los costos de producción (procesamiento de la hoja de guanábana, envasado, empaquetado y etiquetado), logísticos y de gestión de operaciones.

Coherencia Externa

Según el análisis del precio promedio final de los productos sustitutos directos:

PRODUCTOS SUSTITUTOS		
Producto	Precio de venta	Presentación
Té verde	9-10 USD	20 SOBRES
Mate de coca	16-18USD	20 SOBRES

Figura N°32 Productos sustitutos
(Ebay, 2017)

Teniendo como referencia el precio de los productos sustitutos en los últimos 5 años se estima que habrá un crecimiento promedio de los precios de productos sustitutos en 1.5% anual para los siguientes 5 años. En cuanto al PBI per cápita de Estados Unidos, se dará un crecimiento sólido de 2.3% durante el primer trimestre del 2017. como resultado de las el crecimiento favorable de la economía estadounidense, las proyecciones de demanda y de precios promedios permiten tener un margen inicial de 80%, margen deseado. Mientras la demanda del producto crezca, se podrá ir negociando un mejor precio con el proveedor y el margen de ganancia se irá incrementando generando utilidades.

4.1.2 Costos y precios

- Costos de producción o del producto:

Tabla N° 38 Costos de producción de los filtrantes de hoja de Guanábana

COSTO DE PRODUCCION		
Conceptos	Precio USD	Cantidad
Hoja de Guanábana	\$ 21.28	1 KG
Proceso	\$ 20.00	13 CAJAS
Envasado empaquetado		
Etiquetado		
Total		
Precio por caja	\$	3.18

Fuente: Elaboración propia

Los costos del producto se dan a partir del costo de la hoja de guanábana, del procesamiento de molienda, envasado, empaquetado y etiquetado, obtenidos a partir del costo por kilo del cual pueden producirse 13 cajas de 50 sobres cada una.

- Precio de exportación:

Tabla N° 39 Cotización de precios mensuales, basado en 1 embarque, 1 contenedor LCL por embarque 4500 cajas de 50 sobres. (En US\$)

PRECIO DE EXPORTACION		
Costo de Producto	3.18	14,288.05
Operador Logístico	0.14	620.00
Bill of Lading	0.01	60.00
Transporte Interno	0.07	300.00
Carga / descarga	0.01	60.00
Embalador	0.01	60.00
Rec. Previo/ físico	0.01	50.00
Visto Bueno del BL	0.02	90.00
Gestión de Operaciones	0.06	260.40
Comisión Agente de Aduanas	0.01	60.00
Comisión Carta de Crédito	0.04	200.40
Costo Total	3.37	15,168.45
Margen de ganancia 80%	2.70	12,134.76
Precio de Exportación en FOB Callao	6.07	27,303.21

Fuente: Elaboración propia

En la tabla precios de exportación se aprecia la cotización en dólares americanos, basada en 1 embarque, un contenedor LCL cargado con 4500 Cajas de 50 sobre de HEALTHY LEAVES.

4.1.3 Cotización internacional

Al final de la cotización se obtiene un precio US\$ 27,303.21 resultando con un precio unitario de \$6.07 dólares FOB Callao Incoterms® 2010 para presentación de cajas de 50 unidades.

La cotización se enviará vía correo electrónico al comprador, se detallara lo siguiente:

Estimado Mr. Mueller Anupa,

Nos es grato dirigirnos a usted para presentar a nuestra empresa Natural Leaves SAC

Somos una empresa peruana dedicada a la exportación de filtrantes de Hoja de Guanábana los cuales tienen componentes que ayudan a la prevención de enfermedades, contribuyendo con la salud.

Contamos una amplia experiencia en el mercado nacional e internacional por ello nuestra empresa está comprometida con sus clientes y estamos seguros que podemos satisfacer sus requerimientos y necesidades.

Lo invitamos a visitar nuestra página web: www.Healthyleaves.com.pe para mayor información y/o por este medio.

Quedo atenta

Cordialmente,

María Katia Quispe Rojas

Gerente General

HEALTHY LEAVES

NATURAL LEAVES

Néstor Gambeta cdra. 49 SN
Lima-Perú
Teléfono (511) 2614127
www.Healthyleaves.com.pe

COTIZACION

COTIZACION N°001 EXPO-2017

FECHA: 02/05/2017

PARA:

Mueller Anupa
Eco-Prima Tea
12 susquehanna RD
New York, 10562 - United States

ENVIAR A:

Mueller Anupa
12 susquehanna RD
New York, 10562 - United States

PORT OF DISCHARGE	TRANSPORT	NO. OF PKGS.	T/T	INCOTERM	PAYMENT
NEW YORK	MARITIME	1X20ST	12 DAYS	FOB	CD
CANTIDAD/quantity	DESCRIPCIÓN/Description of the goods	PRECIO POR UNIDAD/ unit price	TOTAL		
4500	4500 boxes with 50 guanabana leaf filters each box	6.0674	\$27,303.21		
Cualquier consulta sobre la cotizacion contactarse con : Maria Kathia Quispe rojas al teléfono (511) 261-4127 o mquispe@export.com					

Figura N°33 Cotización internacional

Fuente. Elaboración propia

4.2 Contrato de exportación

Para la realización de la exportación hacia Estados Unidos debemos tener en cuenta los siguientes aspectos culturales en la negociación según ProMexico y ProColombia:

- Se caracterizan por ser muy buenos negociadores, son directos durante el proceso, se debe tener documentos que avalen el producto.
- Permite establecer relaciones comerciales de largo plazo.
- El saludo habitual es con un firme apretón de manos. Cuando se dirija a una persona que conozca por primera vez, dirigirse por el apellido antecedido del título “Dr., Ms., Miss, o Mr. según el caso. (CONTRATO DE EXPORTACION VER ANEXO 1)

4.3 Elección y aplicación del Incoterm

Las exportaciones se realizarán mediante el uso del Incoterm 2010 FOB. Según (Promexico, 2015) el Incoterm usado frecuentemente para las exportaciones y de acuerdo con los distribuidores estadounidenses prefieren FOB.

Incoterms® 2010 -FOB (Free on Board)

Al comprar FOB, el importador puede conocer el precio del transporte y del seguro de transporte con anterioridad a la compra del producto.

Este término es elegido debido a que genera mayor confianza tanto para el vendedor como exportador. La responsabilidad recae en el comprador el

cual puede decidir y contratar el flete marítimo internacional adecuado y seguro.

Cabe resaltar que en una primera exportación el vendedor no puede hacerse responsable de todas las obligaciones desde la salida hasta la llegada de la mercadería en el puerto de destino. Porque somos inexpertos es por esa razón que se escogió este Incoterms.

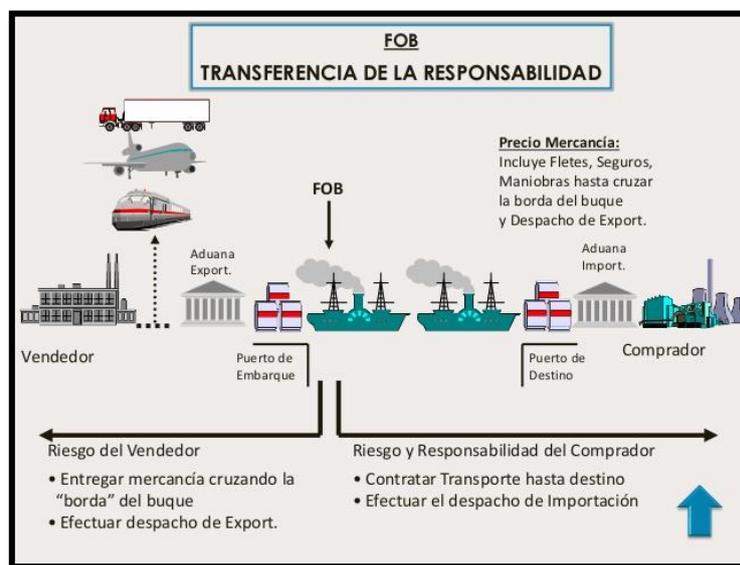


Figura N°34 Responsabilidades cuando se utiliza Incoterm FOB

Fuente: (Incoterm , 2010)

Como se observa en la figura el vendedor es responsable de la mercadería hasta la borda del buque, el comprador asume la contratación de transporte y demás responsabilidades que incluyan hasta su almacén.

La forma de aplicar el Incoterm será de la siguiente manera:

Nosotros como empresa exportadora Natural Leaves SAC elaboramos el producto en una fecha pactada para entrega. En este caso se contrata un operador logístico Chavimochic aduanas, se encargará del traslado de la

mercadería al almacén unimar y posterior traslado al puerto, hacen las respectivas gestiones para que la mercadería salga hacia su destino dejando el contenedor al costado del buque, desde ese momento es responsabilidad del comprador. El operador logístico se encargará de dar seguimiento a la carga hasta que llegue a su destino.

4.4 Determinación del medio de pago y cobro

Medio de pago: Crédito documentario, 50% recepción de documentos y 50% recibida la mercadería a 5 días.

También conocido como Carta de Crédito es un acuerdo por el que un banco (emisor), y de conformidad con las instrucciones de un cliente (ordenante), presenta los documentos a su Banco, a efectos que los remita al Importador.

Los documentos a presentar son los acordados con el comprador

- Factura comercial
- Lista de empaque
- Bill of loading
- Certificado de origen
- Otros

Este medio de pago es el mejor para una exportación hacia el país seleccionado porque ofrece garantía por parte del comprador.

Se establece un compromiso, asumido por un banco emisor, de poner a disposición de un vendedor (o beneficiario) a través de un banco corresponsal en el exterior y por cuenta del comprador, una suma convenida en base a documentos determinados y condiciones muy precisas.

La forma de aplicar el medio de pago es la siguiente:

- En este caso la empresa Natural Leaves SAC (vendedor o cedente) cierra contrato con la empresa importadora Eco-Prima Tea (comprador u ordenador).
- El vendedor envía la mercancía mientras está en tránsito a su destino, envía los documentos respectivos al banco, en este caso estamos trabajando con el Banco INTERBANK
- El INTERBANK se contacta con el banco en destino mencionándole que tiene los documentos
- El banco de destino contacta con el comprador indicando que ya cuenta con los documentos y solicita el pago correspondiente.
- Cuando el comprador envíe los fondos al banco en destino, está le envía los documentos para la liberación de la mercancía. Automáticamente el banco del comprador envía los fondos al INTERBANK y notifica al vendedor que ya cuenta con los fondos.

La siguiente tabla es el tarifario del Banco INTERBANK que usaremos para el plan exportación, cobranza documentaria de exportación.

Cabe señalar que para acceder a este medio de cobro no es necesario ser cliente ni tener cuenta corriente.

Concepto		Moneda Nacional (MN)			Moneda Extranjera (ME)			Oportunidad de Cobro
		Tasa	Mínimo	Máximo	Tasa	Mínimo	Máximo	
1. CARTAS DE CRÉDITO DE EXPORTACIÓN								
COMISIONES Y GASTOS								
<u>Comisiones usuales</u>								
1. Comisión de aviso								
						US\$ 70.00	Al ingreso	
1.1	Comisión de gestión de swift					US\$ 25.00	Al enviar mensaje	
1.2	Comisión gestión de portes ⁽¹⁾					US\$ 10.00	Al ingreso	
2. Comisión de pago / negociación / utilización ⁽²⁾								
				0.25%	US\$ 60.00		A la negociación.	
2.1	Comisión de gestión de swift					US\$ 25.00	Al enviar mensaje	
2.2	Comisión gestión de portes ⁽¹⁾					US\$ 10.00	Al pago	
2.3	Comisión de gestión de courier ⁽³⁾							
	- USA y Latinoamérica					US\$ 35.40	A la negociación.	
	- Europa					US\$ 47.20	A la negociación.	
	- Asia y Oceanía					US\$ 60.18	A la negociación.	
2.4	Swift de Seguimiento					US\$ 25.00	A petición del cliente	

Figura N°35 Tarifario de Cobranza documentaria del Banco Interbank

Fuente: (Banco interbank, 2017)

4.5 Elección del régimen de exportación

El régimen que se empleara será, **exportación definitiva**, según la **SUNAT** (2015) es el régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afectada a tributo alguno.

La empresa necesitara un RUC, el cual debe de estar activo.

Para la declaración ante aduanas se debe tener los siguientes documentos:

- Copia de BL, AWB O CARTA PORTE
- Copia SUNAT de la factura
- Documento a favor del agente de aduana, sea BL, AWB O CARTA PORTE , debidamente endosado o bajo declaración jurada

4.6 Gestión aduanera del comercio internacional

Para la selección de un operador logístico se tomarán en cuenta factores que tendrán pesos y según ello se elegirá el adecuado.

Tabla N° 40 Operadores Logísticos

	Empresas
A	Chavimochic
B	Ausa
C	Transcontinental

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 41 Elección del Operador Logístico

FACTORES	PESO RELATIVO	A	B	C
Conocimientos	25%	9	6	8
Infraestructura	10%	6	7	6
Servicio	25%	8	6	4
Imagen comercial	10%	6	7	5
Por recomendación	30%	9	7	6
TOTAL	100%	8.15	6.5	5.9

Fuente: Elaboración propia.

El operador Chavimochic agencia de aduana, es el que obtuvo mayor puntaje, por lo que se trabajará con ese.

Dará el servicio de agenciamiento de aduanas, se ocupara del envío al almacén, al puerto y declaración en aduanas.

La exportación saldrá por el puerto del Callao con destino al puerto de New York con un tiempo de tránsito de 12 días sin escalas.

Como requisito para la exportación de la mercadería se contará con:

- Certificado de sanidad.
- Se presentará la factura comercial.
- Documento de embarque.
- Documento del mandato a la agencia de aduanas.

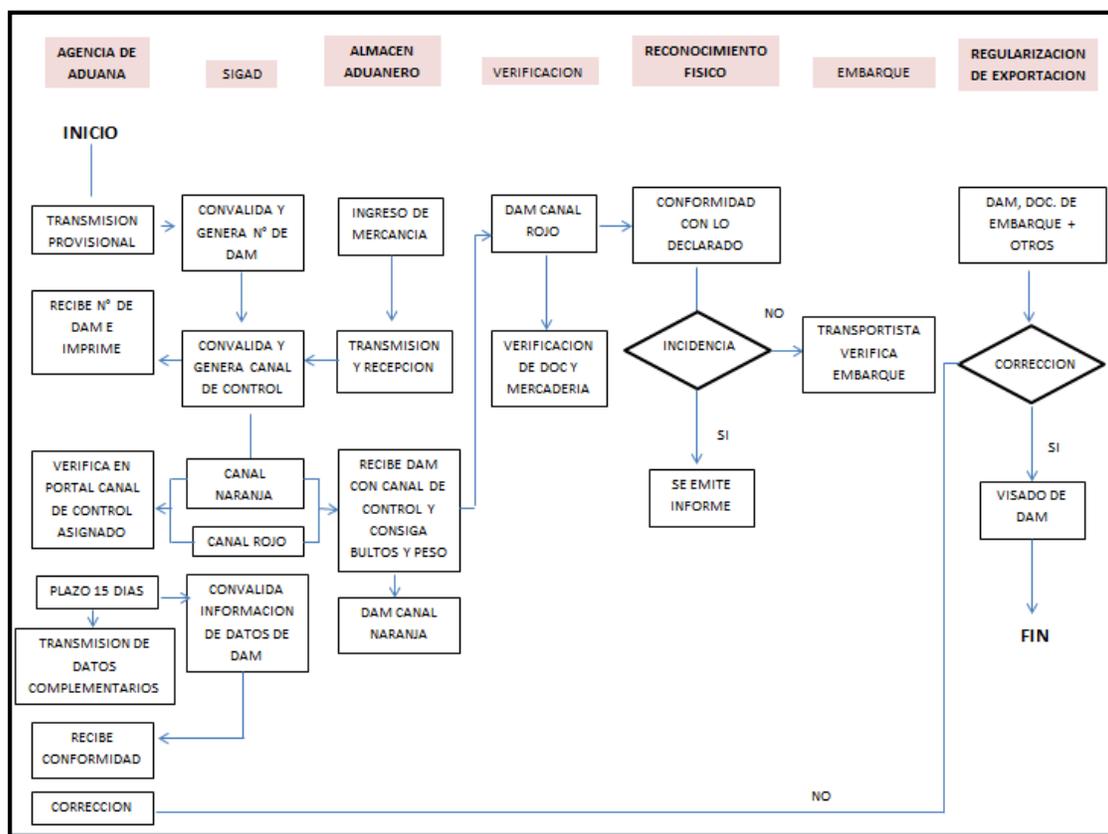


Figura N°36 Flujograma del proceso de despacho de aduanas

Fuente. Elaboración propia

1. El agente de aduana transmite electrónicamente la información provisional declarada en la DAM.
2. La aduana válida la información,
3. Se numera la Declaración Aduanera de mercancías para que se proceda a imprimir la DAM para el ingreso de la mercancía a los almacenes.
4. El agente de aduana ingresa la mercancía al puerto.
5. De encontrarse conforme la DAM se procede de manera aleatoria a asignar el canal de control.
6. El depósito temporal debe transmitir la recepción.

7. En caso el canal asignado sea rojo se realiza reconocimiento físico. La atención del reconocimiento se realiza las 24 horas del día.
8. El transportista debe verificar el embarque de la mercadería y anota la cantidad de bultos embarcados, peso bruto total, fecha y hora del término del embarque.
9. La transmisión complementaria se hace antes de que zarpe el buque.
10. El plazo del embarque debe efectuarse dentro de los 30 días calendarios posterior a la numeración de la declaración.
11. De ser conforme la información recibida por la aduana, se procede a registrar la aceptación en el SIGAD.
12. Aceptado por el SIGAD, se logra culminación del trámite de exportación.

4.7 Gestión de las operaciones de exportación

La gestión de las operaciones de exportación la podemos apreciar en el siguiente Flujograma.

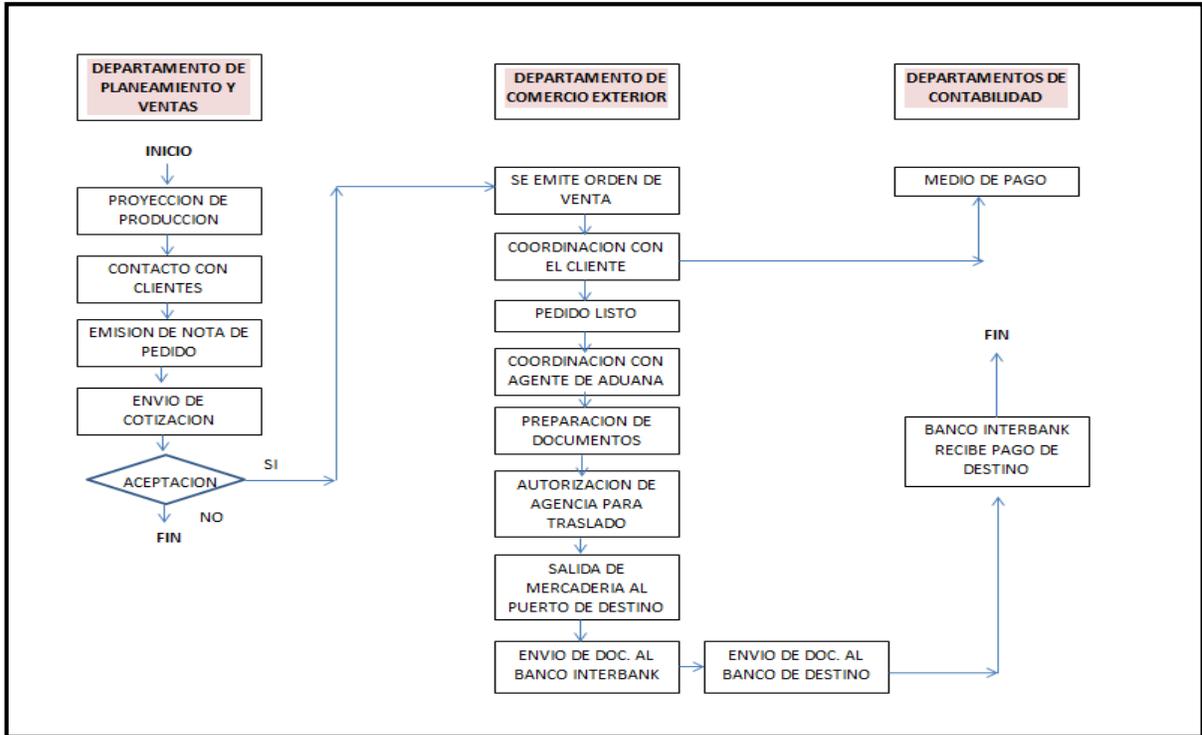


Figura N°37 Flujograma de exportación

Fuente: Elaboración propia

1. La exportación inicia en el área de planeamiento y ventas en donde se elabora la proyección de la producción, luego se contacta a los posibles clientes, importadores- distribuidores.
2. El departamento de comercio exterior envía la cotización y evalúa si es que hubiese que hacer ajustes en el precio para que se concrete la orden de compra.
3. El departamento de Contabilidad da la mejor opción de medio de pago (carta de crédito).
4. Con el pedido listo, se coordina el despacho con el agente de aduanas. Este se encarga de los documentos, contacto con el comprador y vendedor y

todas las coordinaciones necesarias para la salida de la mercancía con destino al puerto de embarque.

5. Una vez se autorice la salida de la carga se envía la documentación al INTERBANK, el banco envía la documentación de exportación al banco del país de destino.
6. Banco de destino le avisa al comprador que ya está la documentación en su país.
7. El comprador debe hacer el pago correspondiente sino el banco no entregara la carga hasta que se haga el pago correspondiente. Coordinación con contabilidad.

CAPÍTULO V. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

Mediante la evolución económico financiero podemos analizar los beneficios del proyecto de exportación. Dicha evaluación es fundamental en todo proyecto de inversión. Como indicadores se analizaran y evaluaran los indicadores tales como, valor actual neto VAN y la tasa interna de retorno TIR.

Para la elaboración del plan económico financiero se utilizaron los siguientes parámetros económicos financieros:

Tabla N° 42 Parámetros económicos financieros

PARAMETROS	
Tipo de cambio	3.29
Inflación	3.27%
Impuesto a la renta	29.5%
Año actual	2017
Horizonte del proyecto	5 Años

Fuente: Elaboración Propia

5.1 Inversión fija

5.1.1 Activos tangibles

Los activos materiales son los siguientes:

Tabla N° 43 Activos tangibles (En US\$)

ACTIVOS TANGIBLES en S/ y US\$						útiles
						Cinta Embalaje
						Lapiceros
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA						Engrapadoras
Ítem	Descripción	U.M.	cantidad	Precio unitario S/	Precio total S/	Dólar
1	Escritorio de oficina	unidades	5	S/ 80.00	S/ 400.00	\$ 121.58
2	Silla de oficina	unidades	5	S/ 60.00	S/ 300.00	\$ 91.19
3	útiles	unidades	5	S/ 70.00	S/ 350.00	\$ 106.38
4	Estante	unidades	1	S/ 90.00	S/ 90.00	\$ 27.36
5	Hojas bond	Millar	2	S/ 65.00	S/ 130.00	\$ 39.51
6	Extintor 5KG	unidades	1	S/ 65.00	S/ 65.00	\$ 19.76
7	Kit de primeros Auxilios	unidades	1	S/ 35.00	S/ 35.00	\$ 10.64
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA			11		S/ 1,370.00	\$ 416.41

EQUIPOS DE COMPUTACION						
Ítem	Descripción	U.M.	cantidad	precio unitario	precio total	Dólar
8	Impresora multifunción	unidades	1	S/ 350.00	S/ 350.00	\$ 106.38
9	Laptop	unidades	5	S/ 1,300.00	S/ 6,500.00	\$ 1,975.68
10	Equipos de comunicación - RPM O RPC	unidades	5	S/ 49.00	S/ 245.00	\$ 74.47
EQUIPOS DE COMPUTACION			11		S/ 7,095.00	\$ 2,156.53
TOTAL ACTIVO TANGIBLE						2,572.95

Fuente elaboración propia

Los activos tangibles están compuestos por muebles y enseres de oficina tales como, escritorios, sillas, útiles, estantes, hojas bond, extinto, kit de primeros auxilios y equipos de computación. Los artículos que serán comprados anualmente son, útiles, hojas bond, kit de primeros auxilios y equipos de comunicación RPM o RPM.

5.1.2 Activos intangibles

Los activos intangibles son los siguientes:

Tabla N° 44 Activos intangibles (En US\$)

ACTIVOS INTANGIBLES			
Ítem	DESCRIPCION	VALOR S/	Dólar
1	GASTOS DE CONSTITUCION/ LICENCIA	S/ 798.00	\$ 242.55
2	PATENTE/ MARCA	S/ 3,468.00	\$ 1,054.10
3	GASTOS DE PERMISOS DE EXPORTACION	S/ 200.00	\$ 60.79
	TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES	S/ 4,466.00	\$ 1,357.45

Fuente elaboración propia

Los activos intangibles para la organización son gastos de constitución y licencia pagados antes Sunarp y municipalidad de callo, patente, marca pagados ante Indecopi y gastos de permisos de exportación.

5.2 Capital de trabajo

Está conformado por sueldos, mantenimiento de oficina, servicios básicos, transporte y materia prima.

Tabla N° 45 Capital de trabajo (En US\$)

CAPITAL DE TRABAJO				SERV. BASICOS(\$)		
Ítem	CONCEPTO	COSTO PEN	COSTO USD	CONCEPTO	PEN	DÓLAR
1	SUELDOS	S/ 9,022.92	\$ 2,742.53	LUZ	S/ 80.00	\$24.32
2	MANTENIMIENTO DE OFICINA	S/ 70.00	\$ 21.28	AGUA	S/ 80.00	\$24.32
3	SERVICIOS BASICOS	S/ 475.00	\$ 144.38	TELEFONO + INTERNET	S/ 315.00	\$95.74
4	TRANSPORTE	S/ 500.00	\$ 151.98			
5	ALQUILER	S/ 400.00	\$ 121.58			
6	MATERIA PRIMA	S/ 49,904.21	\$ 15,168.45			
	TOTAL MENSUAL	S/ 60,372.12	\$ 18,350.19			
	TOTAL ANUAL	S/ 724,465.50	\$220,202.28			

Fuente: Elaboración Propia

El total de capital de trabajo necesario antes de obtener los primeros ingresos por ventas asciende a \$ 18,350.19 mensuales y \$ 220,202.28 anuales.

5.3 Inversión total

La estructura de inversión total es la suma de la Inversión fija, inversión intangible y el capital de trabajo.

Tabla N° 46 Inversión total (En US\$)

INVERSION TOTAL		
Detalle	Total Mensual	Total Anual
Inversión fija	\$ 2,572.95	\$ 2,572.95
Inversión intangible	\$ 1,357.45	\$ 2,026.14
Capital de trabajo	\$ 18,350.19	\$ 220,202.28
Total inversión	\$ 22,280.59	\$ 224,801.37

Fuente: Elaboración Propia

El total de Inversión es de 224,801.37 y está conformado por la Inversión Fija, la Inversión Intangible y el Capital de Trabajo.

5.4 Estructura de inversión y financiamiento

El negocio necesitará de financiamiento, el cual se dará de la siguiente forma:

Tabla N° 47 Estructura de inversión y financiamiento (En US\$)

ESTRUCTURA DE INVERSION Y FINANCIAMIENTO	
% Aporte propio	70%
% Financiado	30%
Préstamo a mediano plazo	\$ 67,440.41
Aporte propio	\$ 157,360.96
Total	\$ 224,801.37

Fuente: Elaboración Propia

El total de financiamiento para iniciar las operaciones es del 30% de la inversión, es decir, \$ 67,440.41 USD y el aporte propio es del 70% ó \$157,360.96 USD, el cual será aportado por los accionistas.

5.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito

Como entidad financiera se ha seleccionada al Banco Interbank que ofrece una tasa anual del 24%.

Tabla N° 48 Condiciones del crédito

CONDICIONES DEL CREDITO	
Préstamo	67,440.4
Tiempo (mensual)	60
Tasa interés mensual	1.81%
Valor de la Cuota	1,851.34

Fuente: Elaboración Propia

El plazo para pagar el préstamo es de 60 meses a una tasa mensual del 1.81% y tasa anual del 24% el valor de la cuota mensual es de 1,851.34 USD.

La estructura del cronograma de pago se da de la siguiente manera:

Tabla N° 49 Cronograma de pago

Meses	Saldo deudor	Interés	Amortización	Renta	Ahorro tributario	Flujo de caja después de impuesto
0	67,440				Escudo Fiscal	
1	66,809	1,219.83	631.51	1,851	18.30	1,833.04
2	66,166	1,208.41	642.93	1,851	18.13	1,833.21
3	65,511	1,196.78	654.56	1,851	17.95	1,833.39
4	64,845	1,184.94	666.40	1,851	17.77	1,833.57
5	64,167	1,172.89	678.45	1,851	17.59	1,833.75
6	63,476	1,160.62	690.72	1,851	17.41	1,833.93
7	62,773	1,148.12	703.22	1,851	17.22	1,834.12
8	62,057	1,135.41	715.94	1,851	17.03	1,834.31

9	61,328	1,122.46	728.89	1,851	16.84	1,834.50
10	60,586	1,109.27	742.07	1,851	16.64	1,834.70
11	59,830	1,095.85	755.49	1,851	16.44	1,834.90
12	59,061	1,082.18	769.16	1,851	16.23	1,835.11
13	58,278	1,068.27	783.07	1,851	16.02	1,835.32
14	57,481	1,054.11	797.23	1,851	15.81	1,835.53
15	56,669	1,039.69	811.65	1,851	15.60	1,835.75
16	55,843	1,025.01	826.33	1,851	15.38	1,835.97
17	55,002	1,010.06	841.28	1,851	15.15	1,836.19
18	54,145	994.84	856.50	1,851	14.92	1,836.42
19	53,273	979.35	871.99	1,851	14.69	1,836.65
20	52,385	963.58	887.76	1,851	14.45	1,836.89
21	51,481	947.52	903.82	1,851	14.21	1,837.13
22	50,561	931.18	920.17	1,851	13.97	1,837.37
23	49,624	914.53	936.81	1,851	13.72	1,837.62
24	48,671	897.59	953.75	1,851	13.46	1,837.88
25	47,700	880.34	971.00	1,851	13.21	1,838.14
26	46,711	862.77	988.57	1,851	12.94	1,838.40
27	45,705	844.89	1,006.45	1,851	12.67	1,838.67
28	44,680	826.69	1,024.65	1,851	12.40	1,838.94
29	43,637	808.15	1,043.19	1,851	12.12	1,839.22
30	42,575	789.29	1,062.05	1,851	11.84	1,839.50
31	41,494	770.08	1,081.26	1,851	11.55	1,839.79
32	40,393	750.52	1,100.82	1,851	11.26	1,840.08
33	39,272	730.61	1,120.73	1,851	10.96	1,840.38
34	38,131	710.34	1,141.00	1,851	10.66	1,840.69
35	36,969	689.70	1,161.64	1,851	10.35	1,841.00
36	35,787	668.69	1,182.65	1,851	10.03	1,841.31
37	34,583	647.29	1,204.05	1,851	9.71	1,841.63
38	33,357	625.52	1,225.82	1,851	9.38	1,841.96
39	32,109	603.34	1,248.00	1,851	9.05	1,842.29
40	30,838	580.77	1,270.57	1,851	8.71	1,842.63
41	29,545	557.79	1,293.55	1,851	8.37	1,842.97
42	28,228	534.39	1,316.95	1,851	8.02	1,843.32

43	26,887	510.57	1,340.77	1,851	7.66	1,843.68
44	25,522	486.32	1,365.02	1,851	7.29	1,844.05
45	24,132	461.63	1,389.71	1,851	6.92	1,844.42
46	22,717	436.49	1,414.85	1,851	6.55	1,844.79
47	21,277	410.90	1,440.44	1,851	6.16	1,845.18
48	19,810	384.85	1,466.49	1,851	5.77	1,845.57
49	18,317	358.32	1,493.02	1,851	5.37	1,845.97
50	16,797	331.32	1,520.02	1,851	4.97	1,846.37
51	15,250	303.83	1,547.52	1,851	4.56	1,846.78
52	13,674	275.83	1,575.51	1,851	4.14	1,847.20
53	12,070	247.34	1,604.00	1,851	3.71	1,847.63
54	10,437	218.32	1,633.02	1,851	3.27	1,848.07
55	8,775	188.79	1,662.55	1,851	2.83	1,848.51
56	7,082	158.72	1,692.62	1,851	2.38	1,848.96
57	5,359	128.10	1,723.24	1,851	1.92	1,849.42
58	3,605	96.93	1,754.41	1,851	1.45	1,849.89
59	1,818	65.20	1,786.14	1,851	0.98	1,850.36
60	0	32.89	1,818.45	1,851	0.49	1,850.85

Fuente: Elaboración Propia

En el cronograma de pago se está considerando el escudo fiscal de 1.5%.

5.6 Presupuesto de costos

Se evaluarán todos los costos que tendrá la empresa. Se ha evaluado un periodo de 5 años.

Tabla N° 50 Presupuesto de costo del producto

PRESUPUESTO DE COSTO DEL PRODUCTO					
Tasa promedio de demanda = 3.72%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CANT. HEALTHY LEAVES.	54,000	56,009	58,092	60,253	62,495
HEALTHY LEAVES.	3.18	3.28	3.39	3.50	3.61
TOTAL	171,456.63	183,650.01	196,710.55	210,699.90	225,684.13

Fuente: elaboración propia

*** 12 Embarques anuales, con periodos de envío mensuales**

De la proyección de las cantidades de ventas se ha obtenido a partir de tener como referencia tasa promedio de la demanda de estados unidos por el producto que es de 3.72%.

El costo de producto se incrementa anualmente en un 3.27%, esto se proyecta dado que la inflación se relaciona con el incremento general de los costos y a futuro se espera que la tasa siga al mismo ritmo de 5 años atrás.

Para el primer año se tiene previsto un presupuesto de costo de producto ascendente a 171,456.63USD.

Tabla N° 51 Costos DFI anual (En US\$)

COSTOS DE DFI					
Concepto	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Bill of Lading	720.0	743.5	767.9	793.0	818.9
Transporte Interno	3600.0	3717.7	3839.3	3964.8	4094.5
Carga / descarga	720.0	743.5	767.9	793.0	818.9
Comisión Agente de Aduanas	720.0	743.5	767.9	793.0	818.9
Embalador	720.0	743.5	767.9	793.0	818.9
Rec. Previo/ físico	600.0	619.6	639.9	660.8	682.4
VB / BL	1080.0	1115.3	1151.8	1189.5	1228.3
Comisión Carta de Crédito	2404.8	2483.4	2564.6	2648.5	2735.1
Total	10,564.80	10,910.27	11,267.03	11,635.47	12,015.95

Fuente: elaboración propia

*** 12 Embarques anuales, con periodos de envío mensuales.**

Los costos de DFI se incrementa anualmente en un 3.27%, esto se proyecta dado que la inflación se relaciona con el incremento general de los costos y a futuro se espera que la tasa siga al mismo ritmo de 5 años atrás.

5.7 Puntos de equilibrio

El punto de equilibrio está basado en los ingresos, costo de venta y precio de venta

Tabla N° 52 Punto de equilibrio

DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO				
CONCEPTO	ANUAL S/.	MENSUAL S/.	ANUAL US\$	MENSUAL US\$
COSTOS FIJOS	S/ 225,869.61	S/ 18,822.47	\$ 69,285.16	\$ 5,773.76
Sueldos	S/ 107,287.69	S/ 8,940.64	\$ 32,910.33	\$ 2,742.53
Marketing	S/ 25,754.00	S/ 2,146.17	\$ 7,900.00	\$ 658.33
Mantenimiento	S/ 832.34	S/ 69.36	\$ 255.32	\$ 21.28
Servicios Básicos	S/ 5,648.02	S/ 470.67	\$ 1,732.52	\$ 144.38
Distribucion física internacional	S/ 34,441.25	S/ 2,870.10	\$ 10,564.80	\$ 880.40
Útiles	S/ 346.81	S/ 28.90	\$ 106.38	\$ 8.87
Hojas Bond	S/ 128.81	S/ 10.73	\$ 39.51	\$ 3.29
Constitución	S/ 790.72	S/ 65.89	\$ 242.55	\$ 20.21
Patente	S/ 3,436.38	S/ 286.36	\$ 1,054.10	\$ 87.84
Depreciación	S/ 2,095.71	S/ 174.64	\$ 642.86	\$ 53.57
Interés Financiero	S/ 45,107.87	S/ 3,758.99	\$ 13,836.77	\$ 1,153.06
PRECIO DE VENTA	S/ 19.78	S/ 19.78	\$ 6.07	\$ 6.07
COSTO DE VENTA	S/ 10.35	S/ 10.35	\$ 3.18	\$ 3.18

Fuente elaboración propia

Tabla N° 53 Determinación de punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
COSTOS FIJOS	\$ 69,285.16
PRECIO DE VENTA-COSTO DE VENTA	2.89
P.E.	23955

Fuente. Elaboración propia

El punto de equilibrio es de 23,955 unidades, es decir se necesita vender 23,955 cajas anuales de 50 filtrantes para que los ingresos sean iguales a los costos; por tanto, a partir de la venta de 23,954 cajas de 50 filtrantes, recién se estaría empezando a generar utilidades.

Se espera vender 54,000 cajas de 50 filtrantes anuales.

5.8 Tributación de la exportación

La exportación de mercancía no está afecta al pago de ningún tributo.

5.9 Presupuesto de ingresos

Tabla N° 54 Ingresos por ventas en USD

INGRESOS POR VENTAS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CANT. HEALTHY LEAVES.	54,000	56,009	58,092	60,253	62,495
PRECIO HEALTHY LEAVES.	6.07	6.3	6.5	6.7	6.9
TOTAL	327,639	350,939	375,897	402,629	431,263

Fuente. Elaboración propia

Para hallar el presupuesto de ingresos se tomaron en cuenta la tasa de crecimiento de 3.72% proyectada de la demanda estadounidenses del producto proveniente de Perú.

Esta cantidad tendrá como elemento conjunto el precio unitario que anualmente se incrementara anualmente en un 3.27%, esto se proyecta dado que la inflación se relaciona con el incremento general de los costos y a futuro se espera que la tasa siga al mismo ritmo de 5 años atrás.

5.10 Presupuesto de egresos

Tabla N° 55 Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN				
Detalle	Vida Útil (Meses)	Valor	Depreciación mensual	Depreciación anual
Escritorio	72	121.58	12.16	145.90
Silla de Escritorio	72	91.19	9.12	109.42
Estante	72	106.38	10.64	127.66
Laptops	72	27.36	6.84	82.07
Impresora multifuncional	72	39.51	9.88	118.54
Equipos de comunicación - RPM	72	19.76	4.94	59.27
Total			53.57	642.86

Fuente elaboración propia.

Para depreciación de muebles se ha tomado el 10% y para equipos de cómputo el 25%

Tabla N° 56 Gastos administrativos y costos fijos

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y COSTOS FIJOS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	32,910.33	32,910.33	34,555.85	34,555.85	36,283.64
*Tangibles	2,572.95	238.56	246.36	254.41	262.73
*Intangibles	2,026.14	753.34	777.97	803.41	829.68
Mantenimientos	255.32	263.67	272.29	281.19	290.39
Servicios Básicos	1,732.52	1,789.18	1,847.68	1,908.10	1,970.50
Alquiler	1,458.97	1,506.67	1,555.94	1,606.82	1,659.37
Transporte	1,823.71	1,883.34	1,944.93	2,008.53	2,074.21
Total	42,779.94	39,345.09	41,201.02	41,418.32	43,370.52

Fuente elaboración propia.

En el caso de los salarios se ha considerado un aumento del 5% cada dos años.

*Para los tangibles a partir del 2do año se ha considerado como gastos anuales, útiles, hojas bond, kit de primeros auxilios y RPC O RPM, debido a que estos deberán ser comprados anualmente.

*Para intangibles se ha considerado a partir del segundo año solo los gastos en permisos de exportación.

Los gastos en tangibles, intangibles, mantenimientos, servicios básicos y transporte se ha considerado que se incrementaran anualmente en un 3.27% con respecto al año anterior. Esto se proyecta dado que la inflación se relaciona con el incremento general de los costos y a futuro se espera que la tasa siga al mismo ritmo de 5 años atrás.

Tabla N° 57 Presupuesto de gastos de venta y marketing

PRESUPUESTO DE VENTA Y MARKETING					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ferias	7,500	7,745.25	7,998.52	8,260.07	8,530.18
Merchandising	400.00	413.08	426.59	440.54	454.94
Total	7,900.00	8,158.33	8,425.11	8,700.61	8,985.12

Fuente elaboración propia.

Se ha considerado la participación en 3 ferias anuales.

Se muestra el presupuesto de costo de ventas. El costo de ventas está basado en la participación en dos ferias una feria nacional por 3500 USD y otra internacional por 4000 USD y Merchandising abarca la creación de página web, Publicidad entre otros. A partir del 2do año se ha considerado también el incremento del 3.27%.

5.11 Flujo de caja proyectado

Tabla N° 58 Flujo de caja proyectado en USD

Flujo de Caja						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Entradas de caja						
Ventas		327,638.57	350,939.06	375,896.60	402,629.02	431,262.57
Total entradas de caja		327,638.57	350,939.06	375,896.60	402,629.02	431,262.57
Salidas de caja						
Inversiones	-224,801.37					
Costos de materia prima		-171,456.63	-183,650.01	-196,710.55	-210,699.90	-225,684.13
Otros costos operativos		-10,564.80	-10,910.27	-11,267.03	-11,635.47	-12,015.95
Gastos administrativos		-42,779.94	-39,345.09	-41,201.02	-41,418.32	-43,370.52
Ventas y Marketing		-7,900.00	-8,158.33	-8,425.11	-8,700.61	-8,985.12
Pago de Impuesto a la renta		-23,734.98	-28,440.00	-31,953.80	-36,371.14	-40,756.73
Total salidas de caja	-224,801.37	-256,436.35	-270,503.70	-289,557.52	-308,825.44	-330,812.44
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-224,801.37	71,202.22	80,435.36	86,339.08	93,803.59	100,450.13
Préstamo	67,440.41					
(Egresos por deuda)		-22,008.54	-22,038.70	-22,076.11	-22,122.49	-22,180.00
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-157,360.96	49,193.68	58,396.66	64,262.97	71,681.10	78,270.12
FLUJO DE CAJA ACUMULADO		49,193.68	107,590.34	171,853.32	243,534.42	321,804.54

Fuente. Elaboración propia

En el Flujo de Caja Económico se puede apreciar que para el primer año de operaciones se tendrá una FCE \$ 71,202.22 dólares americanos y se estima un FCE para el final del periodo de \$ 100,450.13 dólares americanos. Por otro lado, el flujo de caja financiero para el primer año será de 49,193.68 USD y para el año 5 será de 78,270.12 USD.

5.12 Estado de ganancias y perdida

El siguiente estado financiero también conocido como estado de resultados, mostrara los resultados de la empresa durante los próximos 5 años.

El objetivo es proporcionar información sobre los resultados obtenidos en una empresa para la correcta toma de decisiones.

Tabla N° 59 Estado de ganancias y pérdidas USD

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
	Año 1 USD	Año 2 USD	Año 3 USD	Año 4 USD	Año 5 USD
Ingresos	327,638.57	350,939.06	375,896.60	402,629.02	431,262.57
Costos por ventas	-182,021.43	-194,560.28	-207,977.58	-222,335.37	-237,700.08
Utilidad bruta	145,617.14	156,378.78	167,919.01	180,293.66	193,562.49
Gastos administrativos	-42,779.94	-39,345.09	-41,201.02	-41,418.32	-43,370.52
Gastos de venta	-7,900.00	-8,158.33	-8,425.11	-8,700.61	-8,985.12
Depreciación y amortización	-642.86	-642.86	-642.86	-642.86	-642.86
Utilidad operativa	94,294.35	108,232.50	117,650.02	129,531.87	140,564.00
Gastos financieros	-13,836.77	-11,825.73	-9,332.05	-6,239.88	-2,405.59
Utilidad antes impuestos	80,457.58	96,406.77	108,317.97	123,291.99	138,158.41
Impuestos (29.5%)	-23,734.98	-28,440.00	-31,953.80	-36,371.14	-40,756.73
Utilidad neta	56,722.59	67,966.77	76,364.17	86,920.85	97,401.68

Fuente. Elaboración propia.

Para el primer año de operaciones en el estado de ganancias y pérdidas se tendrá una Utilidad Neta de \$ 56,722.59 dólares americanos y dentro de 5 años se estima una Utilidad Neta de \$ 97,401.68.

5.13 Evaluación de la inversión

El objetivo de la evaluación económica, es analizar si el proyecto es rentable o no lo es. A continuación, se muestra los indicadores de rentabilidad del proyecto.

5.13.1 Evaluación económica

Tabla N° 60 Evaluación económica

EVALUACION ECONOMICA	
PRI	3.74
COK	19.52%
VANE	\$28,786.46
TIRE	24.83%
B/C	1.29

Fuente. Elaboración propia.

- **PRI:** el plazo de recupero de la inversión es de 3.74 años
- **Valor Actual Neto económico (VANE):** Los flujos de caja de los años futuros traídos a valor presente, con un WACC reportan una ganancia para el proyecto de \$ 28,786.46, por lo tanto, se demuestra que el proyecto es económicamente rentable.

- **Tasa Interna de Retorno económica (TIRE):** Evaluando la TIRE, el proyecto es rentable, pues se obtiene una tasa del 24.83% que es superior al COK 19.52% Esto indica que el proyecto es rentable para el inversionista.
- **Beneficio-costo:** la relación es de 1.29, los ingresos son superiores a los egresos, lo que indica que el proyecto es rentable

5.13.2 Evaluación financiera

Tabla N° 61 Evaluación financiera

EVALUACIÓN FINANCIERA	
VAN FINANCIERO	\$ 32,280.70
TIR FINANCIERO	27.06%
WACC	18.92%

Fuente. Elaboración propia

- ♦ **Valor Actual Neto Financiero (VANF):** El VANF se obtiene de actualizar los flujos de caja financieros con la WACC 18.92% obteniéndose \$ 32,280.70 dólares americanos. Lo cual demuestra que dentro de la situación de préstamo, el proyecto es más rentable, debido al apalancamiento financiero.
- ♦ **Tasa Interna de Retorno Financiero (TIRF):** La TIRF del proyecto nos representa un 27.06% de rentabilidad para el inversionista en la situación de préstamo. Esta rentabilidad es superior al WACC (18.92%), por lo que el proyecto es muy atractivo.

5.13.3 Evaluación social

La empresa **NATURAL LEAVES SAC.** Exportara Filtrantes de hoja de Guanábana este negocio no genera ningún tipo de conflicto social, genera trabajo para los productores de los insumos mencionados para nuestro producto.

5.13.4 Impacto ambiental

Nuestro insumo para la realización de nuestro producto no genera ningún tipo de impacto ambiental porque es natural no contiene ningún químico para la transformación del producto, el giro del negocio no permite este punto.

5.14 Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

El COK se obtuvo a partir del modelo CAPM.

Tabla N° 62 CAPM

CAPM	
Tasa libre de riesgo	0.83%
Rentabilidad de mercado	9.24%
Beta	1.27
Riesgo del proyecto	5.00%
Riesgo país	3.00%
COK	19.52%

Fuente: (Department of the treasury, 2016), (Bolsa de valores de Lima, 2016) (Betas Damodaran US, 2016) (BCRP, 2016), Elaboración propia

Tabla N° 63 Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

COK	19.52%
TIR	24.83%

Fuente. Elaboración propia

El TIR es de 24.83% mayor al COK 19.52%. El proyecto supera esa tasa siendo más rentable invertir en el proyecto.

5.15 Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Para el análisis del tipo de cambio se realizará un análisis de sensibilidad el cual medirá el comportamiento de los indicadores de rentabilidad.

A continuación, las proyecciones del flujo de caja económico y financiero con respecto a la variación del tipo de cambio.

- Análisis del FCE según la variación del tipo de cambio

Tabla N° 64 Escenarios económicos según tipo de cambio

ANALISIS DE SENSIBILIDAD ECONOMICO						
ESCENARIOS	T.C	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ESCENARIO ACTUAL	3.29	71,202.22	80,435.36	86,339.08	93,803.59	100,450.13
ESCENARIO OPTIMISTA	3.35	71,692.62	80,889.13	86,824.65	94,302.26	100,986.30
ESCENARIO PESIMISTA	3.19	70,343.88	79,641.14	85,489.21	92,930.78	99,511.68

Fuente: Elaboración Propia

Se ha puesto 2 escenarios distintos el optimista con un tipo de cambio de 3.35 y el pesimista con 3.19. De esta manera nuestras utilidades de los próximos 5 años varían, según los resultados en un escenario optimista tendríamos una

ganancia de \$ 71,692.62 en el año 1 y en el año 5, \$ 100,986.30. Por otro lado, en el escenario pesimista del año 1 se empieza con una ganancia de \$ 70,343.88 y en los próximos 5 años incrementa dando así una ganancia \$ 99,511.68

Como se aprecia del escenario actual al optimista aumenta en un 0.69% y del escenario actual al pesimista disminuye en un 1.21%.

Tabla N° 65 Riesgo del Tipo de cambio en el VAR y TIR Económico en los 3 escenarios (En US\$)

ESCENARIO ACTUAL	
PRI	3.74
VANE	\$28,786.46
TIRE	24.83%
B/C	1.29
ESCENARIO OPTIMISTA	
PRI	3.69
VAN	\$31,248.13
TIR	25.26%
B/C	1.30
ESCENARIO PESIMISTA	
PRI	3.83
VAN	\$24,484.47
TIR	24.09%
B/C	1.29

Fuente: Elaboración Propia

Según Van y TIR económico en un escenario optimista con un tipo de cambio de 3.35, el VAN es de \$31,248.13 dólares americanos y la TIR 25.26% mientras que en el escenario pesimista con un tipo de cambio 3.19, el VAN es de \$ 24,484.47 dólares americanos y la 24.09%.

- Análisis del FCF según la variación del tipo de cambio

Tabla N° 66 Escenarios financieros según tipo de cambio

ANALISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERO						
ESCENARIOS	T.C	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ESCENARIO ACTUAL	3.29	49,193.68	58,396.66	64,262.97	71,681.10	78,270.12
ESCENARIO OPTIMISTA	3.35	49,934.13	59,100.82	64,999.35	72,431.11	79,058.29
ESCENARIO PESIMISTA	3.19	47,897.71	57,164.20	62,974.13	70,368.39	76,890.63

Fuente: Elaboración Propia

Se ha puesto 2 escenarios distintos el optimista con un tipo de cambio de 3.35 y el pesimista con 3.19. De esta manera nuestras utilidades de los próximos 5 años varían, según los resultados en un escenario optimista tendríamos una ganancia de \$ 49,934.13 en el año 1 y en el año 5, \$ 9,058.29 Por otro lado, en el escenario pesimista el año 1 se empieza con una ganancia de \$ 47,897.71 y en los próximos 5 años incrementa dando así una ganancia \$ 76,890.63. Como se aprecia del escenario actual al optimista aumenta en un 1.51% y del escenario actual al pesimista disminuye en un 2.11%.

Tabla N° 67 Riesgo del Tipo de cambio en el VAR y TIR financiero en los 3 escenarios (En US\$)

ESCENARIO ACTUAL	
VANF	\$ 32,280.70
TIRF	27.06%
ESCENARIO OPTIMISTA	
VANF	\$ 34,642.25
TIRF	27.62%
ESCENARIO PESIMISTA	
VANF	\$ 28,154.19
TIRF	26.08%

Fuente: Elaboración Propia

Según Van y TIR económico en un escenario optimista a con un tipo de cambio de 3.35, el VAN es de \$34,642.25 dólares americanos y la TIR de 27.62% mientras que en el escenario pesimista con un tipo de cambio 3.19, el VAN es de \$ 28,154.19 dólares americanos y la TIR incrementa en 26.08%

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

1. Los productos naturales están siendo aceptados en el mercado americano de una manera ascendente, debido a que las personas van tomando conciencia de que existe la prevención e inhibición de enfermedades mejorando su calidad de vida mediante los productos que consume.
2. La demanda por el consumo de bebidas naturales aumenta, lo cual nos permite ingresar al mercado de NEW YORK- ESTADOS UNIDOS con una variedad de bebidas a base de plantas medicinales las cuales cuentan con una serie de componentes naturalmente medicinales.
3. En la investigación observamos que nuestra empresa mantiene los sabores y sabor tradicional del producto, de modo que es una ventaja para nosotros, ya que nuestro producto es innovador por la materia utilizada mas no por la forma de preparación (rápida y sencilla), pensamos en el consumidor, el cual quiere que su alimento sea sano y ambientalmente amigable pero conservando el sabor original.
4. La infusión es la bebida más consumida en el mundo después del agua. Por lo que nos centraremos en ferias nacionales e internacionales para hacer más conocido el producto elaborado a base de hojas de guanábana.

5. La idea de negocio de Healthy Leaves S.A.C permitirá generar fuentes de trabajo a futuro, debido a que el presente proyecto de negocio es rentable y viable debido a que presentan un VAN positivo \$28,786.46 y la TIR de 24.83%

6.2 Recomendaciones

1. Se recomienda que se seleccione de manera cautelosa el proveedor sustituto de materia prima para poder obtener un producto final de calidad, evitando multas y restricciones, brindando un producto de selección.
2. Recomendamos cumplir con las estrategias de promoción y distribución a fin de que nos garantice cumplir con lo pronosticado y así poder llegar a nuestras ventas programadas.
3. Se recomienda realizar el proceso de llenado del contenedor en el mismo almacén del operador logístico así disminuir gastos por alquiler de planta de almacenamiento.
4. Se recomienda que las instituciones de comercio exterior apoyen a las empresas pequeñas dando así facilidades de información sin costo alguno.
5. Se recomienda que las tarifas pactadas se registren mediante acuerdos comerciales para no tener problemas en los costos entre agencias de aduana y carga
6. Definir plazos de entrega de carga y zarpes de naves para no tener problema con los tiempos en las operaciones ni entrega de documentación, por lo que se debe contratar un buen operador logístico con el fin de evitar cualquier tipo de inconveniente a futuro.

ANEXOS

ANEXO 1

CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN

Conste por el presente documento el contrato de distribución que suscriben de una parte: NATURAL LEAVES SAC, empresa constituida bajo las leyes de la República del Perú, domiciliado en su Oficina principal ubicado en Néstor Gambeta cdra. 49 sin número, a quien en adelante se denominará EL PRINCIPAL y, debidamente representado por su Gerente General doña, Quispe Rojas María kathia. La empresa **Eco-Prima Tea** señalando la ubicación de la empresa en, 12 Susquehanna RD New York, 10562 - United States a quien en adelante se denominará EL DISTRIBUIDOR, que acuerdan en los siguientes términos:

Capítulo II: OBJETO DEL CONTRATO

Artículo 1. Situación jurídica del Distribuidor

Considerando las actividades que cada una de las partes realiza, ambas dejan constancia mediante el presente documento, que consienten en celebrar un contrato de Compra Venta.

NATURAL LEAVES SAC se compromete a enviar la mercancía especificada al lugar determinado por ambas partes en el plazo que será indicado por la empresa **Eco-Prima Tea**.

Artículo 2. Precios y condiciones de venta y reventa.

Eco-Prima Tea. Venderá los Productos definitivos en el Capítulo 1 bajo la marca y/o con la presentación establecidas por el Proveedor.

Artículo 3. Obligación de comprar una cantidad mínima

Eco-Prima Tea, adquirirá una cantidad mínima de 35,100 cajas al mes en el plazo de 60 días. En caso de incumplimiento, el proveedor podrá rescindir el contrato con una antelación de tres meses mediante carta certificada.

Artículo 4. Publicidad y ferias

Eco-Prima Tea, hará publicidad de los Productos en el estado de New York. Los costes de publicidad serán cargo del Vendedor.

Artículo 5. Prohibición de no competencia

Eco-Prima Tea, no fabricará ni distribuirá productos que compitan con los Productos objeto de este contrato, durante un período de cinco años a contar de la fecha de entrada en vigor del mismo. Durante este período, el Distribuidor en este caso **Eco-Prima Tea,** no podrá, directa o indirectamente, operar con productos de la competencia dentro o fuera del Territorio; esta obligación se aplica igualmente a los productos de segunda mano.

Artículo 6. Secretos comerciales

Eco-Prima Tea, (distribuidor) no usará ni comunicará a terceros, incluso tras la terminación del contrato, conocimientos técnicos que no sean de dominio público, o secretos comerciales que haya llegado a conocer a través del ejercicio de las actividades contractuales.

Artículo 7. Contratación de subdistribuidores y/o agentes

Eco-Prima Tea, (distribuidor) podrá contratar subdistribuidores o agentes comerciales para la venta del producto en el estado de New York, esto facilitara más rápido la venta del producto.

Artículo 8. Marcas de Proveedor

Eco-Prima Tea, (distribuidor) tendrá derecho a usar las marcas, nombres comerciales o cualquier otro distintivo del Proveedor únicamente con el fin de identificar y dar publicidad de los Productos en el ámbito del contrato y en interés del Proveedor. En este caso el producto llevara el nombre de HEALTHY LEAVES.

Capítulo III: OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR

Artículo 9. Documentos y material de publicidad

Natural Leaves SAC colaborará con **Eco-Prima Tea**, (distribuidor), remitiéndole todos los documentos, prospectos y cualquier información necesaria, que seguirán siendo de propiedad del proveedor, a menos que se establezca en el contrato que esta documentación sea objeto de envío a los clientes finales.

Capítulo IV: DESCUENTOS CONCEDIDOS AL DISTRIBUIDOR

Artículo 10. Descuentos

Sobre todas las compras anuales del Producto realizadas por **Eco-Prima Tea**, (distribuidor), éste tendrá derecho a un descuento de un 10% sobre el precio de venta del Proveedor.

Capítulo V: COMISIÓN DEL DISTRIBUIDOR POR LOS CONTRATOS CONCLUIDOS POR EL PROVEEDOR CON CLIENTES

Artículo 11. Vencimiento y liquidación

Natural Leaves SAC determinará la comisión a percibir por **Eco-Prima Tea** (distribuidor) para cada trimestre del año natural, especificando todos los contratos que originan el derecho a la mencionada comisión. La liquidación se efectuará, a más tardar, al final del mes que sigue al trimestre.

Capítulo VI: DURACIÓN DEL CONTRATO

Artículo 12. Terminación del contrato

El contrato tendrá una duración de 3 años, prorrogable por 2 años más salvo que las partes establezcan lo contrario. El contrato podrá darse por terminado con una antelación de 2 meses mediante carta certificada, en ningún caso, podrá terminarse antes del 02/05/2020.

Artículo 13. Indemnización

No se podrá reclamar ninguna indemnización por razón de la terminación del contrato, salvo que la reclamación se fundamente en un incumplimiento del contrato por una de las Partes.

Capítulo VII: DISPOSICIONES DIVERSAS

Artículo 14. Resolución de controversias

Cualquier conflicto dimanante del presente contrato será resuelto definitivamente conforme a la normativa de Conciliación y Arbitraje de la Cámara Internacional de Comercio por uno o más árbitros nombrados conforme dicha normativa.

Artículo 15. Modificaciones del presente contrato

Cualquier modificación del presente contrato se notificará por escrito.

Artículo 16. Cesión del contrato

Ninguna de las Partes podrá ceder el contrato a un tercero sin el consentimiento de la otra Parte.

Firmado en Lima, 02 de Mayo del 2017.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ADEX. (14 de Setiembre de 2014). *Distribución*. Obtenido de www.adexperu.org.pe
2. ADUANET. (18 de Abril de 2015). *ADUANET*. Recuperado el 20 de Abril de 2015, de ADUANET: <http://www.aduanet.gob.pe/cl-ad-itsuministro/descargaS01Alias?accion=cargarFrmDescargarResultado>
3. Agency, C. I. (25 de Setiembre de 2014). *Situación actual, Alemania*. Obtenido de www.cia.gov
4. AGR. (2013). *Agriculture and Agri-Food Canada*. Obtenido de <http://www.agr.gc.ca/eng/industry-markets-and-trade/statistics-and-market-information/by-region/united-states/market-intelligence/snack-cereal-and-nutrition-bars-in-the-united-states/?id=1421353894973#c>
5. Agrobot. (2015). *Agrobot*. Recuperado el 29 de Abril de 2015, de Agrobot: http://www.agrobot.com/Documentos/H_1_Forestac%5C818_carbon.pdf
6. Agunsa. (2016). *Datos Útiles*. Obtenido de <http://www.contenedoresagunsa.cl/datos-utiles/>
7. Alibaba. (2015). *Alibaba*. Recuperado el 11 de Abril de 2015, de Alibaba: <http://spanish.alibaba.com/trade/search?SearchText=BRIQUETAS&selectedTab=products>
8. Andía Valencia, W. (s.f.). *Sistema de Información Científica Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81622585009>
9. ANDINA. (2016). *Gobierno publicó nuevo Régimen Mype tributario*. Recuperado el 2017, de <http://rpp.pe/economia/economia/gobierno-publico-nuevo-regimen-mype-tributario-noticia-1017819>

10. APHIS. (2010). *APHIS*. Recuperado el 11 de 04 de 2015, de APHIS: http://www.aphis.usda.gov/import_export/plants/manuals/ports/downloads/cites.pdf
11. APHIS. (s.f.). *APHIS*. Recuperado el 11 de 04 de 2015, de APHIS: http://www.aphis.usda.gov/import_export/plants/manuals/ports/downloads/cites.pdf
12. ASECOINT SHANGEL. (2016).
13. B & B Coal. (2015). *B & B Coal*. Recuperado el 18 de Abril de 2015, de B & B Coal: <http://www.manta.com/c/mm2jdzz/b-b-charcoal-co>
14. BANBIF. (25 de Setiembre de 2014). *Carta de crédito*. Obtenido de www.banbif.com.pe
15. Banco interbank. (2017). *Carta de credito de exportacion*. Obtenido de <https://interbank.pe/cobra-via-carta-credito#!lq-pd-4>
16. Banco Mundial. (2015). *Banco Mundial*. Obtenido de http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD?locations=PE&year_high_desc=false
17. BCRP. (2016). *Indicadores de riesgo*. Obtenido de www.bcrp.gob.pe/docs/Estadisticas/Cuadros-Estadisticos/NC_037.xls
18. Betas Damodaran US. (2016). *Betas por sector*. Obtenido de http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html
19. Biomass Magazine. (23 de Noviembre de 2010). *Turning Waste Into Energy*. Recuperado el 13 de Abril de 2015, de Turning Waste Into Energy: <http://biomassmagazine.com/articles/5148/biomass-briquettes-turning-waste-into-energy>
20. Bolsa de valores de Lima. (2016). Obtenido de <http://www.bvl.com.pe/>

21. BUSTAMANTE, C. (Julio de 2013). Obtenido de Modifican Ley de régimen MYPE:
http://www.caballero Bustamante.com.pe/plantilla/2013/julio13_novedades_090713_mype.pdf
22. Callao, M. d. (s.f.). *Municipalidad del Callao*. Obtenido de <http://www.municallao.gob.pe/index.php/licencia-de-funcionamiento>
23. Camara de Comercio de Lima. (2015). *Camara de Comercio de Lima*. Recuperado el 11 de 04 de 2015, de Camara de Comercio de Lima: <http://www.camaralima.org.pe/principal/categoria/certificados-de-origen/43/c-43>
24. Cámara de Comercio Internacional. (2010). <http://primeraexportacion.com.ar/documentos-tecnicos/documentos-tecnicos-para-descargar/>.
25. Camara Nacional Forestal. (Agosto de 2015). *Camara Nacional Forestal*. Recuperado el 26 de Abril de 2015, de Camara Nacional Forestal: http://www.cnf.org.pe/proveedores_certificados.html
26. Cancer VG. (2014). *Hojas y pulpa de Guanábana*. Recuperado el 2017, de <http://www.cancer.vg/es/annonamuricata-guanabana-graviola>
27. Census. (2015). Recuperado el 2017, de <https://www.census.gov/>
28. CENSUS. (s.f.). *CENSUS*. Recuperado el 11 de 04 de 2015, de CENSUS: <http://www.census.gov/popest/schedule.html>
29. Centers for Disease Control and Prevention. (febrero de 2013). Obtenido de https://nccd.cdc.gov/NPAO_DTM/IndicatorSummary.aspx?category=71&indicator=33&year=2013&yearId=17
30. Coface Trade. (2015). *Coface Trade*. Recuperado el 11 de Abril de 2015, de Coface Trade: <http://www.coface.com/Economic-Studies-and-Country-Risks>

31. Comercio Internacional 12. (2013). *VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LOS MEDIOS DE TRANSPORTE*. Obtenido de <http://comerciointernacional12.blogspot.pe/2013/04/ventajas-y-desventajas-de-los-medios-de.html>

32. Comercio y negocios. (2013). Obtenido de <https://es.slideshare.net/nairimsernasilvera/transporte-maritimo-1>

33. Crear mi empresa. (2016). *EL ORGANIGRAMA DE UNA EMPRESA*. Recuperado el 2017, de <http://crearmiempresa.es/article-organigrama-de-una-empresa-116775054.html>

34. Custom Packaging Boxes. (2016). *Designing a high quality retail box requires professional expertise*. Obtenido de <http://suktdr2.blogspot.pe/>

35. Datos Macro. (2017). *PIB DE ESTADOS UNIDOS*. Recuperado el 2017, de <http://www.datosmacro.com/pib/usa>

36. Datosmacro. (s.f.). Obtenido de <http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/usa>

37. Datosmacro. (s.f.). Obtenido de <http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/usa-estados/nueva-york>

38. Department of Commerce . (2015). Obtenido de <https://www.commerce.gov/economicindicators>

39. Department of the treasury. (2016). *Rendimiento*. Obtenido de <http://www.treasury.gov/resource-center/data-chart-center/interest-rates/Pages/TextView.aspx?data=yield>

40. Diario Correo. (26 de Enero de 2015). Obtenido de <http://diariocorreo.pe/gastronomia/conoce-los-beneficios-de-comer-aguaymanto-5479/>

41. Diario el correo. (2013). *"Fiebre" por la guanábana*. Recuperado el 2017, de <http://diariocorreo.pe/politica-y-economia/fiebre-por-la-guanabana-383969/>
42. DIGESA. (2015). *DIGESA*. Recuperado el 29 de Abril de 2015, de DIGESA: <http://www.digesa.minsa.gob.pe/>
43. Ebay. (2017). *Ebay*. Obtenido de http://www.ebay.es/sch/i.html?_pgn=1&isRefine=false&_nkw=t%C3%A9%20verde
44. Eco Mercados. (2012). *Directorio de empresas*. Recuperado el 2017, de <http://orgprints.org/24487/1/FiBL-CIMS-2005-directorio-importadores.pdf>
45. Enciclopedia Britanica. (17 de Marzo de 2015). *Enciclopedia Britanica*. Recuperado el 13 de Abril de 2015, de Enciclopedia Britanica: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/501534/Rhode-Island>
46. Enciclopedia Britanica. (5 de Febreo de 2015). *Enciclopedia Britanica*. Recuperado el 13 de Abril de 2015, de Enciclopedia Britanica: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/12252/Alaska>
47. Environmental Performance Index. (2014). *Environmental Performance Index*. Recuperado el 11 de Abril de 2015, de Environmental Performance Index: <http://www.epi.yale.edu/epi>
48. EOI . (2015). *La influencia de la internalización en la medida del palet*. Obtenido de <http://www.eoi.es/blogs/patriciaromero/2013/06/05/la-influencia-de-la-internalizacion-en-la-medida-del-palet/>
49. Eumed. (2015). *PROYECTO DE EXPORTACIÓN AL GRANEL DE LA HOJA DE GUANÁBANA HACIA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS*. Recuperado el 2017, de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2016/guanabana.html>
50. Expeditors. (2015). *Expeditors*. Recuperado el 28 de Abril de 2015, de Expeditors: <http://www.expeditors.com/es/our-company/about-us.asp>

51. *EXPORT.GOV.* (s.f.). Obtenido de http://www.export.gov/eac/trade_events.asp
52. Exporta facil. (2007). *¿CUÁLES SON LOS PASOS PARA INICIAR MI NEGOCIO?* Recuperado el 2017, de <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/iniciarNegocio.htm>
53. Exportacion . (2012). *Palta Hass.* Obtenido de http://expoperu-paltahass.blogspot.pe/2012_05_01_archive.html
54. Fami Pack. (2016). *FAMIPACK.* Recuperado el 2017, de Fuente:http://www.famipack.com/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=47&Itemid=27
55. FAO. (2013). *Quinoa.* Obtenido de <http://www.fao.org/quinoa-2013/what-is-quinoa/nutritional-value/es/>
56. FAO. (2015). *FAO.* Recuperado el 22 de Abril de 2015, de FAO: <http://www.fao.org/wairdocs/x5403s/x5403s07.htm>
57. Film-pack SAC. (2015). *Film-pack SAC.* Recuperado el 26 de Abril de 2015, de Film-pack SAC: <http://www.film-pack.net/film-pack-recibe-la-certificacion-como-fabricante-de-oxo-biodegradable/>
58. Film-pack SAC. (2015). *Film-pack SAC.* Recuperado el 26 de Abril de 2015, de Film-pack SAC: <http://www.film-pack.net/film-pack-recibe-la-certificacion-como-fabricante-de-oxo-biodegradable/>
59. Fondo Monetario Internacional. (2017). *Efecto Donald Trump: el FMI mejoró el pronóstico de crecimiento para Estados Unidos y recortó los de México y Brasil.* Obtenido de <http://www.infobae.com/america/eeuu/2017/01/16/efecto-donald-trump-el-fmi-mejoro-los-pronosticos-de-crecimiento-de-estados-unidos-y-recorto-los-de-mexico-y-brasil/>
60. Food and Agriculture Organization of the United National. (2015). *Food and Agriculture Organization of the United National.* Recuperado el 11 de Abril de

- 2015, de Food and Agriculture Organization of the United National:
<http://www.fao.org/docrep/t0269s/t0269S10.htm>
61. FORDAQ. (s.f.). *FORDAQ*. Recuperado el 11 de 04 de 2015, de FORDAQ:
<http://madera.fordaq.com/fordaq/A-Z/?as=&bss=&ces=&cs=87%7C279&cts=&ipp=25&nrs=&page=2&ps=3818&q=&rs=&s=re&ss=>
62. Furche, C., Salcedo , S., Krinovos, E., Rabczuk, P., Jara, B., Frnández, D., y otros. (2015). *International Quinoa Trade*. 316 - 329.
63. Gamma Cargo. (2015). *Gamma Cargo*. Recuperado el 28 de Abril de 2015, de Gamma Cargo: <http://www.gammacargo.com/>
64. Gemco Energy. (s.f.). *Gemco Energy*. Recuperado el 11 de 04 de 2015, de Gemco Energy: <http://www.biofuelmachines.com/wood-pellet-global-market-report-2014.html>
65. Global Biofuel Solution. (2015). *Global Biofuel Solution*. Recuperado el 18 de Abril de 2015, de Global Biofuel Solution:
http://spanish.alibaba.com/supplier_wc4BAAJSNvMTyIpusWZG-8bzKtHd
66. Google Maps. (2015). *Google Maps*. Recuperado el 20 de Marzo de 2015, de Google Maps:
<https://www.google.com.pe/maps/place/Av+Nicol%C3%A1s+de+Ayll%C3%B3n+631,+Lima+15004/@-12.0613234,-77.0054051,17z/data=!4m2!3m1!1s0x9105c61f540c460f:0xea6086eff1d8f382?hl=es>
67. Google Maps. (2017). Obtenido de <https://www.google.com.pe/maps/@-12.0707382,-77.0737148,15z>
68. Gorbitz, A., & Luna, R. (2015). *Boletín n°54*. Lima: Ministerio de Agricultura.

69. Grupo Aserradero Espinoza. (2015). *Grupo Aserradero Espinoza*. Recuperado el 26 de Abril de 2015, de Grupo Aserradero Espinoza: <https://www.fastinternational.org/files/Grupo%20Aserradero%20Espinoza.pdf>
70. Grupo Formula. (2015). *Hojas de guanábana ayuda a tratamientos contra cáncer: médico*. Recuperado el 2017, de <http://www.radioformula.com.mx/notas.asp?Idn=557981>
71. Grupo Mexico. (2017). *southern peru*. Recuperado el 2017, de <http://www.southernperu.com/ESP/acerca/Pages/PGPrincipios.aspx>
72. Grupo Tam. (2016). *Todo para la Oficina*. Obtenido de <http://www.grupotam.com.ar/catalog/caja-carton-corrugado-40x30x30-p-2696.html>.
73. *Hapag-Lloyd*. (s.f.). Obtenido de <https://www.hapag-lloyd.com/es/products/fleet/container/40-standard.html>
74. *Health Day*. (s.f.). Obtenido de <https://consumer.healthday.com/public-health-information-30/centers-for-disease-control-news-120/apenas-uno-de-cada-diez-estadounidense-come-suficientes-frutas-y-verduras-seg-uacute-n-los-cdc-701226.html>
75. *HEALTH DAY*. (s.f.). Obtenido de <https://consumer.healthday.com/public-health-information-30/centers-for-disease-control-news-120/apenas-uno-de-cada-diez-estadounidense-come-suficientes-frutas-y-verduras-seg-uacute-n-los-cdc-701226.html>
76. I TEA. (2015). Obtenido de <http://queriendote.cl/inicio/128-graviola.html>
77. IMF. (Abril de 2016). Obtenido de <http://www.imf.org/External/spring/2016/imfc/statement/eng/usa.pdf>
78. INCEA. (2011). *Incoterm*. Obtenido de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms>

79. *Incoterm* . (2010). Obtenido de <https://es.slideshare.net/PinkyDuff/diapositivas-incoterms-pinkyduff>
80. INDECOPI. (25 de Agosto de 2014). *Marca*. Obtenido de www.indecopi.gob.pe
81. INDECOPI. (2015). *INDECOPI*. Recuperado el 20 de Marzo de 2015, de INDECOPI:
http://www.indecopi.gob.pe/0/modulos/JER/JER_Interna.aspx?ARE=0&PFL=11&JER=302
82. INDECOPI. (2016). *Registro de Marca y Otros Signos*. Recuperado el 2017, de <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos#marca>
83. Info Madera. (2015). *Fabricación de Briquetas*. Recuperado el 21 de Abril de 2015, de Fabricación de Briquetas:
http://www.infomadera.net/uploads/articulos/archivo_89_16075.pdf
84. Infoplease. (2015). *Infoplease*. Recuperado el 13 de Abril de 2015, de Infoplease: <http://www.infoplease.com/encyclopedia/us/rhode-island-state-united-states-economy.html>
85. Innatia. (2015). *Té de hojas de guanábana, ¿para qué sirve y cómo se prepara?* Obtenido de <http://te.innatia.com/c-otros-tes-infusiones/a-te-de-guanabana-beneficios-para-tu-salud-y-como-prepararlo-6229.html>
86. INRENA. (2015). *INRENA*. Recuperado el 29 de Abril de 2015, de INRENA:
<http://dgaaa.minag.gob.pe/index.php/publicaciones-y-estudios/inrena>
87. Instituto español de comercio exterior. (Setiembre de 2012). *ICEX*. Recuperado el 11 de Abril de 2015, de ICEX:
http://www.aprean.com/internacional/estudios/EERR_Canada.pdf
88. Ivars, O. B. (27 de Abil de 2013). *Comercio Internacional 12*. Recuperado el 21 de Abril de 2015, de Comercio Internacional 12:

<http://comerciointernacional12.blogspot.com/2013/04/ventajas-y-desventajas-de-los-medios-de.html>

89. Lewin, J. (Enero de 2015). *BBC Good Food*. Obtenido de <http://www.bbcgoodfood.com/howto/guide/health-benefits-quinoa>
90. MAP, T. (17 de SETIEMBRE de 2014). *EXPORTAACIONES*. Obtenido de www.trademap.org
91. Mass.gov. (14 de Octubre de 2014). *Department of Revenue*. Recuperado el 13 de Abril de 2015, de Department of Revenue: <http://www.mass.gov/dor/local-officials/municipal-data-and-financial-management/data-bank-reports/socioeconomic.html>
92. Mil Ejemplos. (2016). *Modelos de contratos*. Recuperado el 2017, de <http://www.milejemplos.com/contratos/>
93. MINCETUR. (2015). *MINCETUR*. Recuperado el 11 de 04 de 2015, de MINCETUR:
http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=55&Itemid=78
94. MINCETUR. (2016). *Acuerdos Comerciales del Perú* . Obtenido de <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>
95. Ministerio de economía y finanzas. (2017). *TIPO DE CAMBIO*. Recuperado el 2017, de http://www.mef.gob.pe/contenidos/tipo_cambio/tipo_cambio.php
96. Ministerio de trabajo. (2013). *Ministerio de Trabajo*. Obtenido de http://www.mintra.gob.pe/mostrarTemaSNIL.php?__page=2&codTema=56&tip=20
97. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2017). *DECRETO SUPREMO-N° 013-2013-PRODUCE*. Obtenido de <http://www.mintra.gob.pe/normaCompletaSNIL.php?id=3300>

98. Ministro de Trabajo y Promoción del Empleo. (2003). *LEY DE PROMOCIÓN Y FORMALIZACIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRES.* Recuperado el 2017, de http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf
99. MINTEL. (Marzo de 2013). *MINTEL.* Obtenido de http://store.mintel.com/cereal-bars-and-snack-bars-us-march-2013?cookie_test=true
100. Municipalidad del callao. (2016). *Licencia de Funcionamiento.* Recuperado el 2017, de <http://www.municallao.gob.pe/index.php/licencia-de-funcionamiento>
101. Municipalidad del Callao. (2016). *Requisitos para obtener licencia de funcionamiento.* Recuperado el 2017, de <http://www.municallao.gob.pe/index.php/licencia-de-funcionamiento>
102. Municipalidad del Callao. (2106). *costos de licencia de funcionamiento.* Obtenido de <http://www.municallao.gob.pe/pdf/licencia-de-funcionamiento/costos.pdf>
103. N Ferias. (2015). *N Ferias.* Recuperado el 11 de Abril de 2015, de N Ferias: <http://www.nferias.com/renewable-energy-world-conference-expo/>
104. Natural indars. (2016). *Ficha Tecnica.* Recuperado el 2017, de <http://naturalindars.com/wp-content/uploads/2015/02/FT-016-FICHA-T%C3%89CNICA-NONI-fruto-PULVERIZADO.pdf>
105. Oficina Economica y Comercial de la Embajada de España en Kyoto. (Junio de 2012). *ICEX.* Recuperado el 10 de Abril de 2015, de ICEX: http://www.iberglobal.com/Archivos/japon_energias_renovables_icex.pdf
106. OMS. (Febrero de 2017). *World Health Organization.* Obtenido de <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs297/es/>

107. Oncosalud. (2016). *La guanábana: la fruta con mayores beneficios para tu salud*. Obtenido de <http://blog.oncosalud.pe/la-guanabana-la-fruta-con-mayores-beneficios-para-tu-salud>
108. Panda Pellet. (s.f.). *Panda Pellet*. Recuperado el 11 de 04 de 2015, de Panda Pellet: <http://www.pelletproductionline.es/briquette-production-line-5.html>
109. Papaleo, P. (2010). *Packaging*. Obtenido de <http://www.packaging.enfasis.com/articulos/16807-bopp-el-film-preferido-envases-flexibles>
110. Philip, K. (2012). *Marketing*. Mexico: Impresora Apolo S.A.
111. Pinterest . (2015). *Artesanías con caja de cartón*. Recuperado el 2017, de <https://es.pinterest.com/explore/artesan%C3%ADas-con-caja-de-cart%C3%B3n/>
112. Poors, R. d. (05 de Noviembre de 2014). *S&P*. Obtenido de www.standardandpoors.com
113. Procomer. (Febrero de 2010). *Procomer*. Recuperado el 17 de Abril de 2015, de Procomer: <http://www.procomer.com/contenido/descargables/logistica-exportacion/otros/incoterm-2010.pdf>
114. PRODUCCION, M. D. (2009). *GUÍA DE CONSTITUCIÓN Y FORMALIZACIÓN DE EMPRESAS*. Obtenido de http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/Guia_Constitucion_empresas.pdf
115. PROECUADOR. (2015). Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2011_QUINUA_ESTADOS-UNIDOS.pdf
116. Programa Regional de Manejo de Recursos Forestales y de Fauna Silvestre-PRMRFSS. (2013). Recuperado el 2 de Abril de 2015, de <http://siar.regionloreto.gob.pe/public/docs/253.pdf> 9

117. Promexico. (2015). *Guía básica del exportador*. Obtenido de <http://www.promexico.mx/documentos/pdf/guia-basica-del-exportador-promexico.pdf>
118. Remasa. (2015). *PARIHUELAS, TARIMAS Y PALLETS*. Obtenido de <http://www.remasa.com.pe/parihuelas.html?gclid=CJaHsJzPn9MCFQkDhgodnNQB9A>
119. Rico, X. C. (2010). *Propiedades nutritivas y medicinales de la guanábana o Annona muricata L.* Recuperado el 2017, de <http://www.tlahui.com/medic/medic29/guanabana.htm>
120. Romero, C. M. (2015). *Plan de negocios para la producción y comercialización de té de infusión a base de Stevia rebaudiana, en Ecuador*. Obtenido de <https://bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/4477/1/AGN-2015-020.pdf>
121. Santander Trade. (Enero de 2015). *Santander Trade*. Recuperado el 2015 de Abril de 13, de Santander Trade: <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/presentacion-general>
122. Santander. (2016). *ESTADOS UNIDOS: LLEGAR AL CONSUMIDOR*. Recuperado el 2017, de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor>
123. Santander. (2016). *ESTADOS UNIDOS: LLEGAR AL CONSUMIDOR*. Recuperado el 2017, de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor>
124. Santander Trade. (s.f.). *Santander Trade*. Recuperado el 11 de 04 de 2015, de Santander Trade: <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/canada/presentacion-general>

125. Santander Trade. (s.f.). *Santander Trade*. Recuperado el 11 de 04 de 2015, de Santander Trade: <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/francia/presentacion-general>
126. Santander Trade. (s.f.). *Santander Trade*. Recuperado el 11 de 04 de 2015, de Santander Trade: <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/japon/presentacion-general>
127. Seminario de empaques y embalajes para exportacion. (2013). Obtenido de <https://es.slideshare.net/jerneysrioscadavid/seminario-de-empaquesyembalajesparaexportacion>
128. SENASA. (2015). *SENASA*. Recuperado el 11 de 04 de 2015, de SENASA: <http://www.senasa.gob.pe/senasa/importador-exportador/>
129. Shine On. (2015). *Tea Box*. Recuperado el 2017, de Fuente: <https://craftyowlscorner.wordpress.com/2015/03/06/tea-box/>
130. SIERRA EXPORTADORA. (2013). *Estudio de la prefactibilidad para la produccion y comercialización de aguaymanto*. Obtenido de <http://www.sierraexportadora.gob.pe/berries/factibilidad/aguayamanto.pdf>
131. SIICEX. (s.f.). Obtenido de http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=1904900000
132. SIICEX. (2014). Obtenido de http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=%201904900000%20&pnomproducto=%20DEMAS%20PRODUCTOS%20A%20BASE%20DE%20CEREALES%20OBTENIDOS%20POR%20INFLADO%20O%20TOSTADO
133. SIICEX. (01 de Octubre de 2014). *Principales empresas exportadoras*. Obtenido de www.siicex.gob.pe

134. SIICEX. (2016). *EXPORTACION DEL PRODUCTO GUANÁBANA SEGUN SUS PRINCIPALES MERCADOS EN US\$ 2012 - 2017*. Recuperado el 2017, de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/apb/ReporteProducto.aspx?psector=1025&preorte=prodmerc&pvalor=1928>
135. Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX). (2016). *1211909090 - DEMAS PLANTAS, PARTES DE PLANTAS, SEMILLAS Y FRUTOS DE LAS UTILIZ. EN PERFUMERIA, MED.* Recuperado el 2017, de http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=%201211909090%20&pnomproducto=%20DEMAS%20PLANTAS,%20PARTES%20DE%20PLANTAS,%20SEMILLAS%20Y%20FRUTOS%20DE%20LAS%20UTILIZ.%20EN%20PERF
136. SSL Logistics. (2015). *SSL Logistics*. Recuperado el 28 de Abril de 2015, de SSL Logistics: <http://www.ssllogistics.com/en/index.php>
137. Statista. (2015). *The Statistics Portal*. Obtenido de <http://www.statista.com/statistics/189603/top-cereal-and-snack-bar-brands-in-the-united-states/>
138. SUNARP. (25 de Agosto de 2014). *Registro de nombre*. Obtenido de www.sunarp.gob.pe
139. SUNARP. (2015). *SUNARP*. Recuperado el 20 de Marzo de 2015, de SUNARP: <https://www.sunarp.gob.pe/WSCR/inicio/Custom/Themes/WSCR-v10/01v9r4nv583vV-/images/logo-princ/logo-wscr.png>
140. SUNAT. (25 de Agosto de 2014). *CIIU*. Obtenido de www.sunat.gob.pe
141. SUNAT. (25 de Agosto de 2014). *Ley de mypes*. Obtenido de www.sunat.gob.pe

142. SUNAT. (05 de octubre de 2014). *Operatividad aduanera*. Obtenido de www.aduanet.gob.pe
143. SUNAT. (27 de Agosto de 2014). *Régimen tributario*. Obtenido de www.sunat.gob.pe
144. SUNAT. (2015).
145. Sunat. (2015). *Exportacion definitiva*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/p rocGeneral/despa-pg.02.htm>
146. SUNAT. (2015). *SUNAT*. Recuperado el 20 de Marzo de 2015, de SUNAT: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>
147. SUNAT. (2015). *SUNAT*. Recuperado el 15 de Marzo de 2015, de SUNAT: http://www.generalservicont.com/a/Tabla_CIIU_SUNAT.pdf
148. SUNAT. (2015). *SUNAT*. Recuperado el 11 de 04 de 2015, de SUNAT: <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>
149. SUNAT. (2016). Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/indicestosas/uit.html>
150. Sunat. (2016). *Concepto PDT - PLAME*. Recuperado el 2017, de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/pdt-plame>
151. Sunat. (2016). *partida*. Recuperado el 2017, de <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>
152. TAISHO. (2016). Obtenido de https://www.google.com.pe/search?q=oficina&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwi4hrawm-zTAhUF6yYKHfUXC_8Q_AUIBigB&biw=1366&bih=662#imgsrc=A-yHtDWyqhMa-M:

153. Trade Map. (2015). *Trade Map*. Recuperado el 6 de Abril de 2015, de Trade Map: http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpM
154. Trade Map. (2015). *Trade Map*. Recuperado el 16 de Abril de 2015, de Trade Map: http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|842|||4401394090||8|1|1|2|1|2|1|1
155. Trade Map. (2017). *Principales importadores de la partida 1211.90 en USD*. Recuperado el 2017, de http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3|||121190||6|1|1|2|1|2|1|1
156. U.S Energy Information Administration. (17 de Marzo de 2014). *EIA*. Recuperado el 11 de 04 de 2015, de EIA: <http://www.eia.gov/todayinenergy/detail.cfm?id=15431>
157. Uniport Bilbao. (24 de abril de 2016). Obtenido de <http://www.uniportbilbao.es/Home.aspx?Id=71>
158. Unitarizacon. (2015). Obtenido de <https://upcuvastransinternacional11.wordpress.com/unitarizacion/>
159. United States Census Bureau. (Abril de 2016). *American FactFinder*. Obtenido de http://factfinder.census.gov/faces/tableservices/jsf/pages/productview.xhtml?pid=PEP_2015_PEPANNRES&src=pt
160. [results.html?q=massachusetts&search.x=0&search.y=0&search=submit&page=1&stateGeo=none&utf8=%E2%9C%93&affiliate=census](http://factfinder.census.gov/faces/tableservices/jsf/pages/productview.xhtml?pid=PEP_2015_PEPANNRES&src=pt)
161. United States Census Bureau. (2 de Setiembre de 2014). *Census*. Recuperado el 11 de Abril de 2015, de Census: <http://www.census.gov/construction/chars/sold.html>

162. United States Census Bureau. (s.f.). 2015. Recuperado el 13 de Abril de 2015, de <http://quickfacts.census.gov/qfd/states/25000lk.html>
163. United States Census Bureau. (31 de Marzo de 2015). *Census*. Recuperado el 13 de Abril de 2015, de Census: <http://quickfacts.census.gov/qfd/states/25000.html>
164. UPC. (2013). Obtenido de <https://upcuvastransinternacional11.files.wordpress.com/2014/10/untitled.png>
165. USITC. (2015). *USITC*. Recuperado el 11 de 04 de 2015, de USITC: <http://hts.usitc.gov/>
166. USITC. (2016). Obtenido de <https://hts.usitc.gov/current>
167. Villar, M. (2013). *La guanábana no cura el cáncer, pero inhibe algunas células cancerígenas*. Obtenido de <http://rpp.pe/lima/actualidad/la-guanabana-no-cura-el-cancer-pero-inhibe-algunas-celulas-cancerigenas-noticia-645057>
168. Virú. (Abril de 2016). Obtenido de <http://www.viru.com.pe/>
169. Vista Print. (2016). *Tarjetas de presentacion*. Recuperado el 2017, de <http://www.vistaprint.com/es/?GP=04%2f04%2f2017+00%3a55%3a04&GPS=4349747771&GNF=0>
170. VITARTE, M. D. (26 de Agosto de 2014). *Trámites municipales*. Obtenido de www.muniate.gob.pe