



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

**EXPORTACIÓN DE CAMOTE MORADO PRODUCIDO EN LA
PROVINCIA DE HUARAL - LIMA - PERÚ HACIA VANCOUVER –
CANADÁ**

**PRESENTADA POR
MORGAN DANIEL ZUZUNAGA LA ROSA**

**PLAN DE NEGOCIO INTERNACIONAL
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LIMA – PERÚ

2017



CC BY

Reconocimiento

El autor permite a otros distribuir y transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra, incluso con fines comerciales, siempre que sea reconocida la autoría de la creación original

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



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

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**EXPORTACIÓN DE CAMOTE MORADO PRODUCIDO EN LA PROVINCIA DE
HUARAL - LIMA - PERÚ HACIA VANCOUVER – CANADÁ**

**PARA OPTAR
EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRESENTADO POR:
Bachiller MORGAN DANIEL ZUZUNAGA LA ROSA**

LIMA, PERÚ

2017

Agradecimiento:

Agradezco a los catedráticos de la USMP quienes nos brindan lo mejor de sí, para una buena formación profesional, por su valiosa orientación y facilidades brindadas para el desarrollo del presente plan de negocio.

Dedicatoria:

“A Dios y a mis padres, por brindarme su apoyo incondicional día a día, por su eterno amor y comprensión en cada momento”.

Índice de Contenido

Resumen Ejecutivo	15
1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN.....	17
2. ORGANIZACIÓN GENERAL DEL PLAN	18
2.1 Nombre o razón social.....	18
2.2 Actividad económica o Codificación Internacional (CIU)	19
2.3 Ubicación y factibilidad Municipal y Sectorial.....	23
2.4 Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha.....	25
2.4.1 Misión	25
2.4.2 Visión.....	25
2.4.3 Valores	25
2.4.4 Principios de la empresa	25
2.4.5 Objetivo de la empresa.....	26
2.5 Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa, características.....	27
2.6 Estructura Orgánica	29
2.7 Cuadro de asignación de personal	32
2.8 Forma Jurídica Empresarial.....	32
2.9 Registro de marca y procedimiento en INDECOPI.....	37
2.10 Requisitos y Trámites Municipales	39
2.11 Régimen tributario procedimiento desde la obtención del RUC.....	45
2.11.1 Obtención del RUC.....	45
2.11.2 Modalidades:.....	48
2.12 Registro de Planillas Electrónicas (PLAME)	54
2.13 Régimen Laboral Especial.....	55
2.14 Modalidades de Contratos Laborales	56

2.15	Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas	56
2.15.1	Contratos Comerciales	56
2.15.2	Responsabilidad civil de los Accionistas	57
3.	PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL	59
3.1	Descripción del producto	59
3.1.1	Clasificación arancelaria	66
3.1.2	Propuesta de valor	68
3.1.3	Ficha técnica comercial	70
3.2	Investigación de mercado de objetivo	72
3.2.1	Segmentación de mercado objetivo	72
3.2.1.1	Macro segmentación	72
3.2.1.2	Micro segmentación	75
3.2.2	Tendencias de consumo	79
3.3	Análisis de la oferta y la demanda	82
3.3.1	Análisis de la oferta	82
3.3.2	Análisis de la demanda	85
3.4	Estrategias de ventas y distribución	94
3.4.1	Estrategias de segmentación	94
3.4.2	Estrategias de posicionamiento	95
3.4.3	Estrategias de distribución	95
3.5	Estrategias de promoción	96
3.6	Tamaño de planta, factores condicionantes	98
3.6.1	Tamaño del proyecto y maquinarias	98
3.6.2	Descripción y diagrama de flujo de proceso de producción	99
4.	PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL	101
4.1	Envases, empaques y embalajes	101

4.2	Diseño de rotulado y marcado	104
4.2.1	Diseño del rotulado	110
4.2.2	Diseño del mercado.....	111
4.3	Unitarización y cubicaje de la carga.....	113
4.4	Cadena de DFI de exportación	118
4.4.1	Determinación de requerimiento de insumos e infraestructura	120
4.4.2.	Establecer estrategias de suministro	122
4.5	Seguro de las mercancías.....	132
4.5.1	Obligaciones del Vendedor.....	133
4.5.2	Obligaciones del Comprador	135
5.	PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL	139
5.1	Fijación de precios.....	139
5.1.1	Costos y precio – métodos de fijación	139
5.1.2	Cotización internacional	141
5.2	Contrato de compra y venta internacional de exportación	146
5.3	Elección y aplicación del Incoterms.....	152
5.4	Determinación del medio de pago y cobro.....	153
5.5	Elección del régimen de exportación.....	157
5.6	Gestión aduanera del comercio internacional.....	158
5.7	Gestión de las operaciones de exportación: Flujograma de exportación.....	162
6.	PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	164
6.1	Inversión fija.....	164
6.1.1	Activos tangibles.....	164
6.1.2	Activos intangibles.....	165
6.2	Capital de trabajo.....	165
6.3	Inversión total	168

6.4	Estructura de inversión y financiamiento	169
6.5	Fuentes financieras y condiciones de crédito	170
6.6	Presupuesto de costos	173
6.7	Punto de equilibrio.....	175
6.8	Tributación de la exportación	177
6.9	Presupuesto de ingresos.....	180
6.10	Presupuesto de egresos	182
6.11	Flujo de caja proyectada	182
6.12	Estado de ganancias y pérdidas	184
6.13	Evaluación de la inversión.....	185
6.13.1	Evaluación económica	185
6.13.2	Evaluación financiera.....	186
6.13.3	Evaluación social	186
6.13.4	Impacto ambiental.....	187
6.14	Evaluación de costo de oportunidad del capital de trabajo	187
6.15	Cuadro de riesgo del tipo de cambio	189
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	191
7.1.	Conclusiones.....	191
7.2	Recomendaciones	192
	REFERENCIAS.....	193
	ANEXOS	198

Índice de Contenido de Tabla

Tabla 1.- Descripción del CIU 4 – 1030.....	22
Tabla 2.- Evaluación por factores sobre ubicación de la empresa.....	23
Tabla 3.- Principales características de la Ley Nro. 30056 de Mype	28
Tabla 4.- Asignación de Personal – Régimen Especial Laboral.....	32
Tabla 5.- Comparación entre S.A.C y S.R.L	35
Tabla 6.- Registro de marca y gastos de constitución (en soles y dólares).....	39
Tabla 7.- Costo de Licencias Municipales.....	41
Tabla 8.- Categorías del RUS	48
Tabla 9.- Rendimiento de producción de camote (por hectárea).....	63
Tabla 10.- Composición nutricional del camote (Por cada 100g.)	66
Tabla 11.- Clasificación Arancelaria.	67
Tabla 12.- Matriz FODA (camote morado).....	69
Tabla 13.- Ficha técnica comercial del camote.....	70
Tabla 14.- Principales países importadores (Expresado en millones US\$)	72
Tabla 15.- Principales mercados destino del camote año 2015-2016.....	73
Tabla 16.- Selección Del Mercado Objetivo.....	74
Tabla 17.- Resultados de Preselección	74
Tabla 18.- Principales países que exportan a Canadá.....	77
Tabla 19.- Exportaciones Peruanas a Canadá por Tamaño de Empresa.....	77
Tabla 20.- Características de la ciudad de Vancouver - Canadá.....	78
Tabla 21.- Las 10 causas principales de muerte en Canadá.....	81
Tabla 22.- Proveedores de camote	83

Tabla 23.- Principales Empresas Exportadoras de Camote 2015 – 2016	84
Tabla 24.- Exportaciones Totales de camotes a Canadá 2016 – 2017.....	85
Tabla 25.- Proyección lineal de las importaciones de Vancouver.....	87
Tabla 26.- Población de Vancouver – Canadá.....	90
Tabla 27.- Población 05 – 65 años de Vancouver con enfermedades	90
Tabla 28.- Gasto del consumidor de Canadá: 1990-2015.....	91
Tabla 29.- Capacidad Instalada de Maquinaria y Equipos	99
Tabla 30.- Descripción del pallet standard	114
Tabla 31.- Descripción del pallet standard con el producto.....	115
Tabla 32.- Descripción del peso por pallet standard.....	115
Tabla 33.- Descripción del Contenedor 40 pies reefer	116
Tabla 34.- Descripción del pallet standard por contenedor	116
Tabla 35.- Distribución Física Internacional.	119
Tabla 36.- Proveedores de camote	120
Tabla 37.- Criterios para la elección de Proveedores de camote	122
Tabla 38.- Elección de Proveedor de camote.....	123
Tabla 39.- Criterios para la elección de agencia de aduanas	130
Tabla 40.- Puntuación para la elección de Agencia de Aduanas	130
Tabla 41.- Precios de la Competencia en Vancouver - Canadá.....	139
Tabla 42.- Precio FOB de Exportadores Peruanos.	139
Tabla 43.- Costos unitarios.(Expresado en Nuevos Soles).....	140
Tabla 44.- Precio FOB Unitario y margen de utilidad.....	141
Tabla 45.- Costo por kilogramo de camote morado – Tercerización	142
Tabla 46.- Compras de materia prima e insumos 1er año	142
Tabla 47.- Ventas de cajas con camote en el 1er año	142

Tabla 48.- Matriz de selección del operador logístico.....	143
Tabla 49.- Costos por el servicio logístico integral (expresado en dólares)	144
Tabla 50.- Características de la Carta de Crédito.	153
Tabla 51.- Activos Tangibles - Expresados en dólares.....	164
Tabla 52.- Activos Intangibles-Expresados en dólares.....	165
Tabla 53.- Capital de Trabajo en dólares.	166
Tabla 54.- Inversión total anual- Expresado en dólares.....	168
Tabla 55.- Inversión total trimestral - Expresado en dólares.	168
Tabla 56.- Estructura de Capital-Expresado en nuevos soles.....	169
Tabla 57.- Créditos bancarios – Capital de trabajo para microempresas.....	170
Tabla 58.- Créditos – capital de trabajo para microempresas	170
Tabla 59.- Condiciones de crédito (Expresado en dólares)	171
Tabla 60.- Flujo de Caja de Deuda- Expresado en dólares.....	172
Tabla 61.- Costos de Producto Tercerizado - (Expresado en dólares).....	173
Tabla 62.- Costos de Exportación (Expresado en dólares).....	173
Tabla 63.- Materiales Indirectos (Expresado en dólares)	174
Tabla 64.- Gastos de personal (Expresado en dólares).....	174
Tabla 65.- Gastos Fijos (Expresado en dólares)	174
Tabla 66.- Gastos administrativos (Expresado en dólares).....	174
Tabla 67.- Gastos de Ventas (Expresado en dólares)	175
Tabla 68.- Costos Fijos (Expresado en dólares)	175
Tabla 69.- Costos variables.....	176
Tabla 70.- Costos Totales (Expresado en dólares)	176
Tabla 71.- Estructura de Precio (Expresado en dólares.).....	177
Tabla 72.- Drawback a la exportación	179

Tabla 73.- Devolución del IGV a la exportación.....	180
Tabla 74.- Ventas en los Próximos Años (Expresado en dólares).....	181
Tabla 75.- Saldo a favor del exportador. (Expresado en dólares).....	181
Tabla 76.- Costo variables en dólares	182
Tabla 77.- Presupuesto proyectado de costos fijos (Expresado en dólares)	182
Tabla 78.- Flujo de caja económico (Expresado en dólares).....	183
Tabla 79.- Flujo de caja financiero (Expresado en dólares)	183
Tabla 80.- Estado de ganancias y pérdidas en dólares.....	184
Tabla 81.- Resultados económicos en dólares	185
Tabla 82.- Resultados Financieros en dólares	186
Tabla 83.- Costo de oportunidad del capital de trabajo	188
Tabla 84.- Costo promedio ponderado de capital	188
Tabla 85.- Análisis de sensibilidad con tipo de cambio	190
Tabla 87.- Análisis de Sensibilidad Por Precio de Venta	190

Índice de Figuras

Figura 1.- Ubicación Geográfica de la Planta.....	24
Figura 2.- Organigrama de Sweet Potato S.A.C.	29
Figura 3.- Solicitud de Licencia de Funcionamiento.	42
Figura 4.- Solicitud de Licencia de Funcionamiento.	44
Figura 5.- Solicitud de Inspección Técnica de Seguridad de Edificaciones	45
Figura 6.- Procedimiento obtención de RUC.....	45
Figura 7.- Consulta RUC persona natural.....	46
Figura 8.- Consulta RUC persona natural con negocio.	46
Figura 9.- Impuestos del RER.....	53
Figura 10.- Conceptos a incluir al PDT-PLAME	54
Figura 11.- Estacionalidad de producción del camote	60
Figura 12.- Camote morado	62
Figura 13.- Certificaciones orgánicas nacional e internacional	68
Figura 14.- Distribución de las ventas productos orgánicos en Canadá.	76
Figura 15.- Incidencias de cáncer en el mundo.....	80
Figura 16.- Zonas productoras de camote en el Perú.....	82
Figura 17.- Exportaciones de camote de empresas peruanas.....	84
Figura 18.- Mapa de la ciudad de Vancouver- Canadá.....	86
Figura 19.- Mapa de la ciudad de Vancouver- Canadá.....	86
Figura 20.- Proyección lineal de las importaciones de Vancouver.....	87
Figura 21.- Caculo del mercado objetivo.....	88
Figura 22.- Flujo de procesos de la empresa Sweet Potato S.A.C.....	100

Figura 23.- Lavado y secado del camote	102
Figura 24.- Empaque de embalaje primario.....	103
Figura 25.- Embalaje de distribución internacional.....	103
Figura 26.- Contenido de la etiqueta del producto.....	109
Figura 27.- Caja con camote morado a exportar.....	109
Figura 28.- Pictogramas ISO-700	111
Figura 29.- Diseño del marcado de las cajas.	112
Figura 30.- Embalaje y encajado para la distribución internacional.....	113
Figura 31.- Pallet Standard	114
Figura 32.- Contenedor 40 pies reefer	118
Figura 34.- Estrategias para la empresa procesadora.....	124
Figura 35.- Distribución de la empresa Sweet Potato S.A.C.....	124
Figura 36.- Principales requisitos de la FDA.....	127
Figura 37.- Elección de la cadena logística internacional.....	132
Figura 38.-Transferencia de responsabilidades Incoterms 2010 - FOB	133
Figura 39.- Traslado de mercancía Callao – Vancouver.....	138
Figura 40.- Cotización de camote	141
Figura 40.- Logística integral en una exportación (Embarque).	145
Figura 41.- Flujograma de carta de crédito.....	155
Figura 42.- Flujograma Régimen Exportación Definitiva.	157
Figura 43.- Cadena del proceso de despacho aduanero	160
Figura 44.- Proceso de exportación	162
Figura 45.- Proceso de exportación definitiva	163
Figura 46.- Préstamo de Scotiabank en dólares	171

Índice de Anexos

Anexo 1.- Solicitud de Licencia de Funcionamiento.....	199
Anexo 2.- Solicitud de Inspección Técnica de Seguridad de Edificaciones.....	201
Anexo 3.- Plano de Zonificación del Distrito de SMP	202
Anexo 4.- Plano de Zonificación del local de la empresa en SMP.....	203
Anexo 5.- Guía de Pago Fácil Nuevo Rus	204
Anexo 6.- Sustitución o Rectificatoria Nuevo Rus.....	205
Anexo 7.- Minuta de constitución de Sociedad Anónima Cerrada.....	206
Anexo 8.- Estatuto de Sociedad Anónima Cerrada	207
Anexo 9.- Contrato de Trabajo	214
Anexo 10.- Modelo Canvas de Exportación de Camote Morado a Canadá	216
Anexo 11.- Comercio Perú-Canadá y con el mundo	217
Anexo 12.- Modelo de DUA – Exportación definitiva.....	218
Anexo 13.-Análisis de factibilidad para la exportación de camote orgánico al mercado canadiense	219
Anexo 14.- Certificado de Origen TLC Canadá- Perú	226

Resumen Ejecutivo

Para el presente proyecto fue necesario realizar el análisis de todas las características que permitan que el producto a exportar (camote morado) sea el idóneo, de tal manera que no tenga inconvenientes al momento de ingresar en un mercado internacional y sobre todo exigente. Esto debe ser complementado con un detallado estudio de mercado, para lo cual se utilizarán y analizarán datos históricos para determinar importantes variables como precio, oferta, demanda, comportamiento del mercado y así establecer si el proyecto es viable o no.

Dentro del proyecto, es importante establecer una negociación internacional con el fin de plantear beneficios tanto al comprador como al vendedor, es decir que las dos partes sean las favorecidas, además garantizar que el producto sea recibido en perfectas condiciones por el importador y el exportador reciba su respectivo pago.

También, como complemento para que la negociación se dé en las mejores condiciones, se debe establecer un proceso logístico principalmente para coordinar, planificar actividades como las de transporte, documentación entre otras, consiguiendo optimizar los recursos o ser más eficaces.

Finalmente, todo proyecto contiene una evaluación financiera que permite determinar si este es rentable y sobre todo factible. Términos como flujo de caja, valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), punto de equilibrio, tiempo de recuperación entre los más importantes ayudan para esta evaluación.

Abstract

For the present project it was necessary to carry out the analysis of all the characteristics that allow the product to be exported (sweet potato) to be the ideal one, in such a way that it does not have inconveniences when entering an international market and above all demanding. This should be complemented by a detailed market study, for which historical data will be used and analyzed to determine important variables such as price, supply, demand, market behavior and thus establish whether the project is viable or not.

Within the project, it is important to establish an international negotiation in order to bring benefits to both the buyer and seller, that is to say that the two parties are favored, in addition to ensuring that the product is received in perfect conditions by the importer and the exporter receives Their respective payment.

Also, as a complement for negotiation to take place under the best conditions, a logistical process must be established mainly to coordinate, plan activities such as transport, documentation among others, to optimize resources or be more effective.

Finally, every project contains a financial evaluation that allows to determine if it is profitable and above all feasible. Terms such as cash flow, net present value (NPV), internal rate of return (IRR), break-even point, recovery time among the most important help for this evaluation.

1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

Idea del negocio a la estructura del plan.

La idea del negocio es constituir una empresa, dedicada a la comercialización de camote morado, con lo cual se busca colocarlo en el mercado internacional como producto nutricional especialmente no tradicional y con altos estándares de calidad y de manera sostenible, ayudando a mejorar las condiciones socio económico del área rural y conservación de la biodiversidad.

El consumidor canadiense, por ser personas muy conscientes de su estilo de vida especialmente en lo que tiene que ver con su salud y alimentación, cada vez está demandando productos de alta calidad, frescos y empacados, que sean fáciles de comer o que sean prácticos en manejo y preparación y sobre todo naturales y orgánicos. El consumidor canadiense, a diferencia del europeo o del sudamericano, tiene un alto grado de confianza en el sistema regulatorio de los alimentos de su país y confía en que éste lo protegerá de las enfermedades que traen los alimentos.

Tendremos como proveedores de materia prima a la asociación de agricultores de camote de la Provincia de Huaral, a la cual co-financiará la implementación y renovación anual de la certificación orgánica. Este último punto mencionado servirá como estrategia de diferenciación ante la competencia.

Según las características de la demanda y las estadísticas de exportación e importación obtenidas, se eligió como mercado de destino a la ciudad de Vancouver – Canadá.

El camote morado será 100% orgánico y a su vez, será exportado en cajas de cartón corrugado doble con un peso de 10 kilogramos cada una.

Además, debemos considerar vender el producto a un precio razonable que permita a la empresa ser la mejor dentro de la competencia sin dejar de ser rentable.

2. ORGANIZACIÓN GENERAL DEL PLAN

2.1 Nombre o razón social

La razón social y el nombre comercial son dos conceptos diferentes, aunque a veces la razón social y el nombre comercial sean los mismos.

Cuando se crea una empresa, esta debe tener una razón social o nombre, la cual será la que identifique a la empresa junto con el Nit o número de identificación tributaria.

Igualmente, la empresa puede optar por un nombre alternativo a la razón social, el cual se conoce como nombre comercial, el cual puede ser diferente a la razón social y al igual que la razón social, debe figurar en el respectivo registro mercantil. Es común encontrar empresas que se identifican por un nombre comercial, que no es el nombre oficial o la razón social de la misma.

Esto es muy visto en los establecimientos comerciales de propiedad de personas naturales, que, para efectos comerciales, de marketing o mercadeo, le colocan un nombre comercial atractivo a su establecimiento, pero la razón social del establecimiento es el nombre de la persona natural propietaria del mismo.

El nombre comercial o razón comercial es optativo, mientras que la razón social es obligatoria, y como ya se dijo, los dos pueden o no ser diferentes, aunque si la razón social y el nombre comercial son lo mismo, no tiene objeto alguno el nombre comercial, puesto que sobraría.

Fuente: Gerencie.com

La Reserva de Nombre es un paso previo para la constitución de la empresa, no es obligatoria, pero sí recomendable para facilitar su inscripción en el Registro de Personas Jurídicas de la Sunarp. Esta se puede realizar por la vía física (atención en ventanillas) o mediante el Servicio de Publicidad Registral en Línea (SPRL), y el plazo para su calificación es de 24 horas.

A través de la Reserva de Nombre se garantiza que durante los próximos 30 días nadie pueda utilizar el nombre en reserva. El costo de la reserva es de S/.20.00. Durante la calificación de la Reserva de Nombre, el Registrador Público tiene que verificar si existe igualdad con otro nombre, denominación, completa o abreviada, o razón social ingresados con anterioridad al Índice Nacional del Registro de Personas Jurídicas.

Previo al trámite de Reserva de Nombre, se puede realizar la consulta gratuita de Búsqueda de Nombre a través de la web (www.sunarp.gob.pe) o la APP Sunarp.
Fuente: Sunarp

Por lo tanto:

La razón social de la empresa será Sweet Potato S.A.C. y será una empresa dedicada a la comercialización de camote para el consumo humano teniendo propiedades nutricionales.

2.2 Actividad económica o Codificación Internacional (CIIU)

La CIIU es una clasificación de actividades cuyo alcance abarca a todas las actividades económicas, las cuales se refieren tradicionalmente a las actividades productivas, es decir, aquellas que producen bienes y servicios, tal como se reconoce en el Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) y en la Clasificación Central de Productos (CPC).

El propósito principal de la CIIU es ofrecer un conjunto de categorías de actividades productivas que se pueda utilizar cuando se diferencian las estadísticas de acuerdo con esas actividades, como lo que se pretende con muchas estadísticas es estudiar el comportamiento de las entidades económicas, es preciso que los datos necesarios para dichas estadísticas se recopilen respecto de los distintos agentes de la economía.

Los principales criterios empleados para definir las divisiones y grupos de la CIIU se refieren a las características de las actividades de las unidades de

producción que tienen un carácter estratégico para determinar el grado de analogía de la estructura de las unidades y ciertas relaciones dentro de una economía. Los principales aspectos de las actividades consideradas fueron:

- a) Las características de los bienes producidos y de los servicios prestados;
- b) Los usos a que se destinan esos bienes y servicios; y
- c) Los insumos, el proceso y la tecnología de producción.

Objetivo:

- Integrar los diferentes tipos de clasificaciones económicas internacionales elaboradas por distintas organizaciones internacionales y asegurar su coherencia con el Sistema de Cuentas Nacionales.
- Comparar datos internacionales relativos a diversas estadísticas, clasificados por tipo de actividad económica.
- Promover el desarrollo de sistemas adecuados de estadísticas nacionales.

Uso y aplicación:

- Establecer una estructura que permita comparar internacionalmente las estadísticas nacionales.
- Categorizar la estructura de la producción de las unidades económicas: empresas o establecimientos según la actividad que realizan.
- Las actividades económicas estén debidamente representadas.
- Clasificar las unidades estadísticas por actividad económica principal
- Clasificar y agrupar en función de la homogeneidad de producción de los establecimientos en un cierto número de actividades económicas.
- Determinar el número de actividades dependiendo de la importancia y tamaño de columnas que debe tener la tabla insumo producto.

La CIIU se aplica en:

- a) Actualización de registros o directorios de empresas
- b) En censos económicos y encuestas económicas
- c) En Cuentas Nacionales
- d) En censos de población y las encuestas de hogares
- e) En procedimientos administrativos, fiscales y judiciales.

Por lo tanto:

Se realizó la búsqueda vía web de la base de datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) sobre la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) Revisión 4 por la actividad económica de la Empresa Sweet Potato S.A.C según la base de datos de la INEI vía web se encuentra en la:

- Actividad Económica (Sección):
C - Industrias Manufactureras
- Actividad Económica (División):
10 - Elaboración de Productos Alimenticios
- Actividad Económica (Clase):
1030 - Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas.
- El Código CIIU Revisión 3 que le corresponde a la Actividad Económica es:
1513 - Transformación y conservación de frutas y vegetales (hortalizas, legumbres); excepto la fabricación de tofu (queso de soya) y platos preparados de vegetales.
- El código CIIU Revisión 4 que le correspondiente a la actividad Económica de la Empresa Sweet Potato S.A.C es:
1030 - Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas.

Tabla 1.- Descripción del CIU 4 – 1030

CIU4	Descripción	Incluye	No Incluye
1030	<p>Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas</p>	<p>Esta clase comprende las siguientes actividades: - Fabricación de alimentos compuestos principalmente de frutas, legumbres u hortalizas, excepto platos congelados o enlatados listos para consumir. - Conservación de frutas, nueces, legumbres y hortalizas: congelación, desecación, inmersión en aceite o en vinagre, enlatado, etcétera. - Fabricación de productos alimenticios a partir de frutas, legumbres u hortalizas. - Fabricación de jugos de frutas u hortalizas. - Fabricación de compotas, mermeladas y jaleas. - Elaboración y conservación de patatas: fabricación de patatas congeladas preparadas, fabricación de puré de patatas deshidratado, fabricación de aperitivos a base de patata, fabricación de patatas fritas, y fabricación de harina y sémola de patata. - Tostado de nueces. - Fabricación de alimentos y pastas de nueces. Se incluyen también las siguientes actividades: pelado industrial de patatas; producción de concentrados a partir de frutas y hortalizas frescas; y elaboración de productos perecederos de frutas, legumbres y hortalizas, como: ensaladas, hortalizas peladas o cortadas y tofu (cuajada de soja).</p>	<p>No se incluyen las siguientes actividades: elaboración de harina y sémola leguminosas desecadas, véase la clase 1061; conservación de frutas y nueces en azúcar, véase la clase 1073; elaboración de platos preparados de legumbres y hortalizas, véase la clase 1075; y la elaboración de concentrados artificiales, véase la clase 1079.</p>

Fuente: Pagina web del INEI

Elaboración: Propia

2.3 Ubicación y factibilidad Municipal y Sectorial

La ubicación definitiva de nuestras instalaciones se realizó tras un análisis cualitativo ponderado o por sus siglas en inglés (QFR), se compararon tres distritos para ubicar la instalación más idónea, la primera de ellas ubicada en el Distrito San Martín de Porres, la segunda en el Distrito de Los Olivos y, por último, el Distrito de Ventanilla y es así que mediante calificación de factores se llegó a la conclusión siguiente:

Calificación de los factores:

1. = Muy malo
2. = Malo
3. = Regular
4. = Bueno
5. = Muy bueno

Tabla 2.- Evaluación por factores sobre ubicación de la empresa

Factor de Localización	Ponderación del Factor	Puntaje del Factor para cada Localización					
		Escala	S.M.P Valor	Escala	Los Olivos Valor	Escala	Ventanilla Valor
Mano de obra	10%	4	0.40	4	0.40	4	0.40
Valor del Alquiler	15%	5	0.90	4	0.72	4	0.72
Construcción del Local	13%	4	0.64	3	0.48	3	0.48
Proximidad a proveedores	12%	5	0.70	4	0.56	5	0.70
Accesos	14%	5	0.80	4	0.64	5	0.80
Seguridad	10%	4	0.5	4	0.40	4	0.40
Servicios Públicos	14%	4	0.64	4	0.64	4	0.64
Licencias de Funcionamiento	12%	4	0.70	3	0.48	4	0.70
TOTAL	100%	36	5.28	30	4.32	33	4.84

Elaboración: Propia.

Dentro de los factores más relevantes ubicamos el valor del alquiler del local, seguido al costo de las modificaciones del mismo, con respecto a estos aspectos el local en San Martín de Porres tiene un mayor puntaje ya que es una zona de industrialización y la distribución de sus ambientes es óptima con relación al tipo de labores que deseamos llevar a cabo. Además de la factibilidad en la obtención de las licencias de funcionamiento. Considerando los otros factores menores, pero no menos importantes.



Figura 1.- Ubicación Geográfica de la Planta

Fuente: Google Maps

Elaboración: Propia

Por lo tanto, el centro de operaciones estará localizado en la Av. Canta Callao N° 15112 – Distrito de San Martín de Porres – Lima - Perú. El local se ubica sobre un predio de 200 mt², esta área construida presenta dos pisos y, el primer piso constituido para el área de depósitos de insumos y materiales, almacén de productos terminados, oficinas técnicas y servicios higiénicos. Esta localización es estratégica por tener vías de acceso para el tránsito pesado, y los accesibles costos en cuanto a alquiler ofrecidos por el mercado.

2.4 Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha

2.4.1 Misión

Ser una empresa líder en la comercialización de alimentos vegetales con certificación orgánica y bajo normas de calidad nacional e internacional para la población que se preocupen por su alimentación saludable, satisfaciendo las necesidades y expectativas del cliente. Asimismo, fomentar el desarrollo y la mejora de la situación social y económica de la población de Ica.

2.4.2 Visión

Incrementar las ventas en 5% año tras año y lograr posicionarnos y consolidarnos con el mejor producto de calidad y a precio justo en 5 años en Canadá y alrededor del país.

2.4.3 Valores

Dentro de los valores éticos que todo colaborador de nuestra empresa posee son las siguientes:

- Lealtad y fidelidad
- Cooperación y compañerismo
- Iniciativa y perseverancia
- Respeto y disciplina
- Identificación y Compromiso
- Honestidad
- Responsabilidad
- Búsqueda de la excelencia y firme propósito de trascender
- Responsabilidad Social

2.4.4 Principios de la empresa

Los principios de la empresa para con todo el personal que labora en él es el siguiente:

- Ofrecer excelencia a través de la calidad de nuestro producto y procesos, excelencia en el recurso humano; personal idóneo y competente.

- Brindar una apropiada calidad de vida a nuestros trabajadores; cuidando su seguridad física, social y emocional y que a través del entrenamiento y desarrollo profesional y social promover su crecimiento.
- Espíritu emprendedor y de trabajo en equipo a través del compromiso entre todos colaboradores para poder lograr los objetivos de la empresa.
- Cultura de calidad: A través de una mejora continua, fortalecer nuestros procesos y lograr alcanzar la eficacia y eficiencia de satisfacer a nuestros clientes.
- Cultura de resultados, enfocados al crecimiento, desarrollo y competitividad de la empresa para permanecer siempre vigentes.
- Cultura de la innovación, contando con equipos de tecnología avanzada y desarrollar los procesos, para garantizar una continua producción e incremento en la productividad y competitividad de nuestras operaciones.
- Responsabilidad social con la comunidad.

2.4.5 Objetivo de la empresa

Los objetivos de la empresa, que también están comprometidos todos los trabajadores que laboran en él son las siguientes:

- Tener rentabilidad.
- Consolidarse en el mercado de destino, primero exportando un volumen pequeño a fin de captar al consumidor, para posterior lograr la exportación de grandes cantidades a fin de abastecer más zonas de alrededor de Vancouver.
- Incrementar las utilidades netas año tras año con un incremento del 5% al 10%.
- Proyectar una imagen de empresa seria y bien organizada.
- Asegurar la calidad del producto.
- Posicionar y consolidar al producto por su calidad y a precio justo.
- Proyectarnos como una empresa modelo en el mercado.

- Tener la infraestructura apropiada para distribución de nuestro producto y personas especializadas en su área para poder llevar a cabo este plan de negocio.
- Establecer una estrategia de comercialización.
- Abrir fronteras y analizar la entrada del producto a nuevos mercados internacionales a largo plazo de acuerdo a los resultados encontrados.

2.5 Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa, características

Anteriormente, el marco legal de la Mype constaba de la Ley N° 28015: Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, el Decreto Legislativo N° 1086 y el Decreto supremo N° 007-2008 –TR. Sin embargo, a través de la Ley N° 30056 (publicada el 02 de julio de 2013) se realizan modificaciones en el régimen laboral especial de las micro y pequeñas empresas que modifica diversas leyes para poder facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial en la cual indica lo siguiente en el artículo 5° sobre las características de las micro, pequeñas y medianas empresas:

“Se ha eliminado el número máximo de trabajadores como elemento para categorizar a las empresas, quedando solo el volumen de ventas como criterio de categorización; además, se ha creado un nuevo nivel de empresas:

Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT.

Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.

Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT. “

A continuación, se detalla las principales características por cada tipo de Mype:

Tabla 3.- Principales características de la Ley Nro. 30056 de Mype

Características	Micro empresa	Pequeña empresa	Mediana empresa
Nivel anual de ventas	Hasta 150 UIT	> 150 Hasta 1700 UIT	> 1700 Hasta 2300 UIT
N° de Trabajadores	De 1 a 10	De 1 a 100	De 1 a 250
Remuneración	RMV (remuneración mínima vital)	RMV (remuneración mínima vital)	RMV (remuneración mínima vital)
CTS	No tiene derecho	1 sueldo	1 sueldo
EsSalud	9% de la remuneración	9% de la remuneración	9% de la remuneración
AFP	13 % de la remuneración	13 % de la remuneración	13 % de la remuneración
Vacaciones	15 días calendario	15 días calendario	30 días calendarios
Gratificaciones	No tiene derecho	2 sueldos	2 sueldos

Elaboración Propia

Fuente: SUNAT

La empresa Sweet Potato S.A.C., se acogerá al régimen de Microempresa, considerando la principal característica que el volumen de ventas no excederá las 150 UIT (S/.607, 500) debido a ello la empresa puede acogerse al régimen laboral especial. Con respecto a los libros contables la microempresa se encuentra obligada a llevar un registro de ventas y un registro de compras como mínimo.

Para poder registrarse nuestra empresa ya debe contar con los siguientes requisitos:

- N° RUC
- Usuario SOL
- Clave SOL

2.6 Estructura Orgánica

Nuestra empresa tendrá una estructura vertical y cada persona que integra al equipo tendrá sus funciones específicas en la cual se plasma a través de la siguiente imagen y se detallará las funciones de cada uno en la organización.

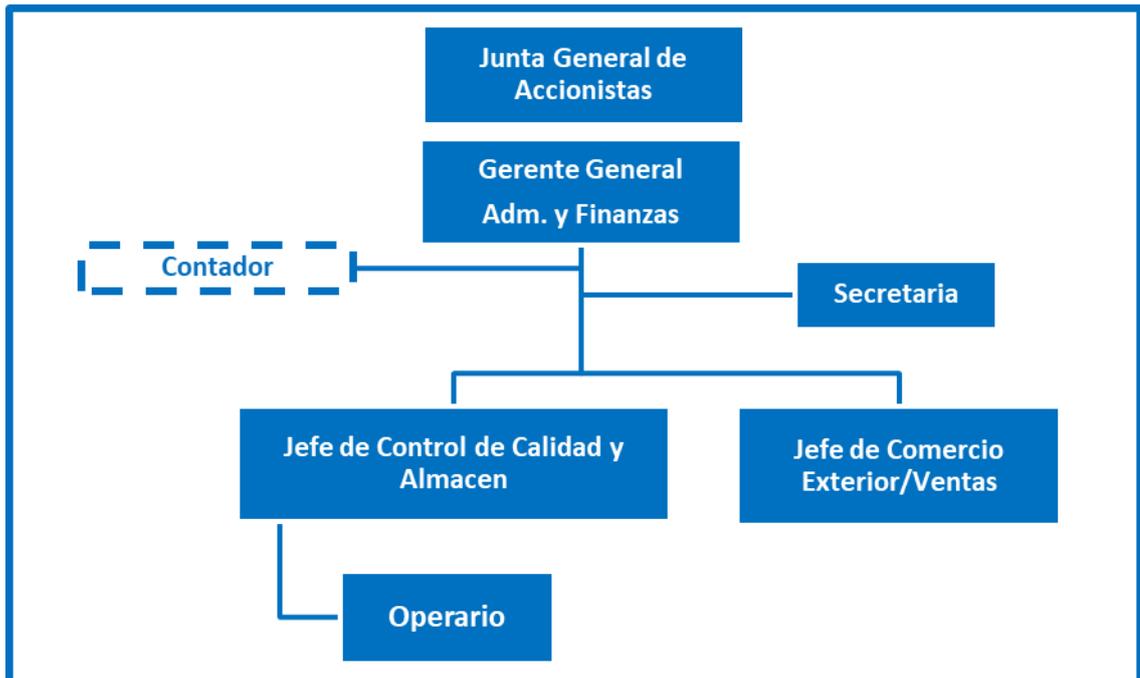


Figura 2.- Organigrama de Sweet Potato S.A.C.

Elaboración: Propia.

La estructura organizacional de la empresa es de tipo funcional debido a que se asigna de forma clara las responsabilidades a cada miembro de la empresa, y estos realizan las funciones que les corresponden en base a ello. Esta estructura se caracteriza por reducir la duplicidad de funciones y esfuerzos, es flexible debido a que es posible aumentar o reducir personal en cuanto sea necesario.

Funciones general y específica del personal:

a. Gerente General

- Funciones: Encargado del planeamiento de la empresa, del establecimiento de las políticas y estrategias. Desarrollo de negociaciones con los clientes, evaluación y reportes con bancos, proveedores y socios comerciales del exterior. Supervisión de las operaciones de la empresa. Representante ante la junta general de accionistas. Elaboración de nuevos proyectos.
- Encargado del control y planeamiento financiero y tributario de la empresa, como la de las áreas de logística, personal, administración y contabilidad. Responsable del control de activos, flujo de caja, tesorería y contabilidad.
- Requisitos: Ingeniero Industrial, administrador de empresas o economista, deseable curso de postgrado en administración de empresa con experiencia mínima en cargos gerenciales de 2 años, idioma inglés a nivel avanzado, conocimiento de herramientas y productos de gestión financiera.
- Competencias: Liderazgo, conducción de grupos de trabajo, dirección de personas, gestión de cambio y desarrollo, orientación al logro y conciencia organizacional.

b. Secretaria

- Funciones: Apoyo a la gerencia general y demás áreas en tareas administrativas.
- Requisitos: Secundaria completa con estudios en secretariado, idioma inglés a nivel avanzado, conocimiento de office a nivel usuario.
- Competencias: Orientada al cliente, entendimiento interpersonal, conciencia organizacional, iniciativa, proactivo.

c. Contador

- Preparar el pago de impuestos según cronograma de pagos de la SUNAT.
- Llevar mensualmente los libros generales de Compras y Ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar la declaración del IGV.
- Registro de operaciones realizadas en la empresa.
- Registro de compras, gastos y ventas.

- Declaración de impuestos, declaración y pago de planillas electrónicas
- Llevar libros contables (Diario, mayor y inventarios).

d. Jefe de Comercio Exterior / Ventas

- Funciones: Manejo y negociación con proveedores, coordinación para el abastecimiento de materia prima, realización de documentos inherentes a la exportación y trámites de exportación.
- Requisitos: Egresado en administración o Ingeniería Industrial, idioma inglés a nivel avanzado, con estudios en comercio exterior, mínimo 2 años en puestos similares, dominio avanzado de office.
- Competencias: Trabajo en equipo, proactivo, negociación, comunicación oral, persuasión, planificación y organización, control.

e. Jefe de Control de Calidad y Almacén

- Funciones: Planificación de la producción, control de la calidad y producción, análisis de método, control de inventarios, medidas de trabajo.
- Requisitos: Egresado en tecnologías alimentarias, deseables cursos de administración, con experiencia mínima de 3 años en puestos similares en empresas agroindustriales.
- Competencias: Desarrollo de subordinados, trabajo en equipo, capacidad analítica, liderazgo, preocupación por la precisión, responsabilidad, planificación, disciplina, manejo de conflictos.

f. Operario

- Recibir e inventariar los materiales y elementos que ingresen al almacén.
- Velar por el cuidado y buen uso de las instalaciones y elementos de la Institución.
- Informar oportunamente sobre las anomalías que se presenten al jefe inmediato.
- Realizar limpieza general en los lugares de trabajo, de lotes y demás instalaciones.
- Efectuar oportunamente los pedidos de herramientas, equipos o materiales requeridos.
- Colaborar con las actividades que realiza la institución.

2.7 Cuadro de asignación de personal

Nos regimos al último decreto supremo N°007-2012-TR del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), publicado el 15 de mayo del 2012 en el Diario Oficial El Peruano.

Tabla 4.- Asignación de Personal – Régimen Especial Laboral

CARGO DE PERSONAL	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	VACACIONES 15 DIAS	TOTAL ANUAL
Gerente General	1,800	21,600	900.00	22,500
Jefe de Comercio Exterior/Ventas	1,000	12,000	500.00	12,500
Jefe de Control de Calidad	1,000	12,000	500.00	12,500
Secretaria	850	10,200	425.00	10,625
Contador	400	4,800		4,800
Operario	850	10,200	425.00	10,625
Total	5,900	70,800	2,750	79,490

Elaboración: Propia.

Teniendo en cuenta el incremento del sueldo mínimo a 850 soles, de los trabajadores sujetos al régimen laboral de actividad privada a partir de mayo del año 2016.

2.8 Forma Jurídica Empresarial

La forma jurídica de la empresa Sweet Potato se decidirá tomando en cuenta las semejanzas y diferencias entre una S.A.C y una S.R.L.

Semejanzas

- Tanto la S.A.C como la S.R.L son personas jurídicas conformadas por personas naturales o jurídicas que se asocian para desarrollar una actividad comercial. De esta manera ambas formas societarias son personas jurídicas INDEPENDIENTES de las personas naturales o jurídicas que las conforman.

- En cuanto al número de socios ambas se constituyen con la participación no menos de 2 socios y no pueden superar el máximo de 20.
- Sobre la responsabilidad, que es otro dato importante, siendo personas jurídicas distintas a los socios que las conforman, las obligaciones que asumen las S.A.C y las S.R.L, son cubiertas con su patrimonio, pero le otorgan a sus socios el beneficio de la responsabilidad limitada por el cual dichas obligaciones no afectarán el patrimonio personal de cada socio, quienes solamente se verán únicamente perjudicados hasta el límite de su aporte de capital.
- Las decisiones se toman por mayoría de votos y por la Junta de Socios. En ambos casos, los votos se cuentan por el capital que representa cada uno de ellos.
- En estos dos tipos de formas societarias, es común encontrar que los socios usualmente mantienen lazos muy cercanos ya sean familiares o amicales, es por eso que encontraremos el derecho de adquisición preferente en virtud de la cual el socio que decida vender su participación primero deberá ofrecerla a los demás socios, asimismo se contempla la exclusión de los socios por motivos que se hubieran previsto en el pacto social o estatutos.

Diferencias

- En la S.A.C como en todas las sociedades anónimas, el capital social está representado por acciones que se distribuyen entre los accionistas según su aporte al capital social. Estas acciones que por su naturaleza son de libre transmisibilidad, pueden emitirse en distintas clases, otorgando cada clase derechos distintos a sus titulares, como por ejemplo acciones sin derecho a voto, dividendos preferenciales, entre otros.
- Ahora bien, debido a la naturaleza de las sociedades anónimas, la titularidad de las acciones es un aspecto que no tiene carácter público, es decir, a menos que la sociedad lo autorice o se haga por mandato judicial o de la ley, nadie puede tener acceso a la identidad de los accionistas.

- Es por este motivo que cuando se realiza una transferencia de acciones, esta no requiere ser inscrita en los RRPP, sino que únicamente será anotada en el libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad, que constituye un registro de carácter privado.
- A diferencia de la S.A.C, en la S.R.L el capital está representado en participaciones que se distribuyen a los socios en función a su aporte de capital social, como en la S.A.C, pero que no pueden ser de distintas clases, como las acciones. Efectivamente las participaciones deben ser iguales y otorgar los mismos derechos a los socios, por lo que no es posible crear participaciones sin derecho a voto, o que otorguen dividendos preferenciales.
- Asimismo, la titularidad de las participaciones de la S.R.L si es información de carácter público, pues así lo establece la Ley General de Sociedades.
- De esta manera cuando se transfieren participaciones es necesario que el acto de transferencia conste por escritura pública y que se inscriba en los RRPP en la partida correspondiente de capital social.
- Por otro lado, la S.R.L al ser una sociedad diseñada para una organización con un número reducido de socios no prevé la existencia de un directorio en su estructura interna (sólo tiene la Junta General de Socios y la Gerencia). En el caso de la S.A.C se ha previsto que deba tener un directorio. Sin embargo, y debido a que su número de accionistas es reducido, la Ley General de Sociedades establece la posibilidad que en el pacto social o en el estatuto se señale que la sociedad no contará con directorio, en cuyo caso, las facultades del mismo serán asumidas por la Gerencia General.
- Finalmente, en cuanto a la reserva legal, la cual se encuentra prevista en el 229 de la Ley General de Sociedades, el cual se encuentra dentro del libro de sociedad anónima, para lo cual esta obligación es sólo exigible a este tipo de sociedades. Quedando la SRL no obligada de realizar Reserva Legal, aunque sus socios pueden realizar reservas voluntarias si lo consideran pertinente.

Tabla 5.- Comparación entre S.A.C y S.R.L

	S.A.C.	S.R.L.
Semejanzas		
Tipo de persona	Persona Jurídica	Persona Jurídica
Número de socios	No más de 20 socios	No más de 20 socios
Estructura	Posee junta general de accionistas	Posee junta general de socios
Beneficio de responsabilidad limitada	Otorga el beneficio de la responsabilidad limitada a sus socios	Otorga el beneficio de la responsabilidad limitada a sus socios
Derecho de adquisición preferente	Otorga el derecho de adquisición preferente en caso de transferencia de acciones	Otorga el derecho de adquisición preferente en caso de transferencia de participaciones
Exclusión de socios	En el estatuto se establecen causales de exclusión.	En el estatuto se establecen causales de exclusión.
Diferencias		
Capital social	Capital dividido en acciones, que pueden ser distintas clases.	Capital dividido en participaciones que deben ser iguales y otorgar los mismos derechos.
Transferencia	La transferencia de acciones no requiere de escritura pública ni inscripción en Registros Públicos. Debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.	La transferencia de participaciones debe efectuarse por escritura pública e inscribirse en los Registros Públicos
Reserva legal	Obligada a efectuar reserva legal.	No está obligada a efectuar reserva legal.
Estructura	Puede prescindir del directorio.	No tiene directorio.

Fuente: Ley General de Sociedades N° 26887.

Elaboración: Propia

Se puede observar en la tabla las distintas diferencias entre una S.A.C y una S.R.L., por lo cual se la empresa tomando en cuenta esto decidió acogerse a una S.A.C Sweet Potato es una Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.) la cual se encuentra regulada por la Ley General de Sociedades 26887.

Las características de este tipo de sociedad son las siguientes:

1. El mínimo de accionistas es de dos (2) y el máximo es de veinte (20).
2. Sus acciones no pueden ser inscritas en el registro público del Mercado del Mercado de Valores.
3. Es una sociedad de responsabilidad limitada. El patrimonio personal de los socios no está afecto.
4. Los órganos de una Sociedad Anónima Cerrada son:
5. La Junta General de Accionistas, que es el órgano supremo de la sociedad y está integrado por el total de socios que conforman la empresa.
6. El Gerente General, es la persona en quien recae la representación legal y de gestión de la sociedad, también es quien convoca a la Junta de Accionistas.
7. El Sub-Gerente, remplace al gerente en caso este último se ausente.
8. También es necesaria la elaboración del Pacto Social y el Estatuto que regirá las pautas de la persona Jurídica. (PRODUCE: “Ministerio de la Producción – Constitución de Empresas”).
9. Requisitos para constitución de empresa, de acuerdo a la ley General de Sociedad (Ley N°26887):
10. Búsqueda y Reserva de nombre en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP).
11. Elaboración de minuta de constitución por un abogado.
12. Depósito del capital social ante una Institución Financiera – Depósito en Formación de Sociedad
13. Escritura pública, firmada por un Notario Público.
14. Inscripción en los Registros Públicos
15. Inscripción ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) para obtener personería jurídica, Registro Único del

Contribuyente (RUC) así como la autorización para la impresión de los comprobantes de pago.

16. Solicitud ante municipio donde se localiza el negocio para la obtención de Licencia Municipal.
17. Inscripción de colaboradores ante ESSALUD para su seguro social.

2.9 Registro de marca y procedimiento en INDECOPI

La Marca Blanca es perteneciente a una cadena de distribución, con la que se venden productos de distintos fabricantes, este tipo de registro refiere que las empresas exportadoras tienen la alternativa de comercializar los productos con la marca de su distribuidor o detallista, siendo la principal ventaja como exportadores el ahorro de costos de promoción de una marca desconocida, la propia, así como la rapidez en obtener los beneficios de una marca ya existente. (Sachon & Martínez de Albéniz Margalef, 2009).

Es por ello que, en el presente Plan de Negocio para la introducción del mercado, en un corto plazo se optará por considerar una marca blanca para nuestro producto, ya que de este modo contaremos con costos nulos en publicidad, siendo más rentable para la empresa y contando con mayor libertad para poder competir de manera más agresiva en precios.

Mientras nuestras ventas aumentan, en un mediano plazo, iniciaremos los trámites el para registro de nuestra propia marca.

Para el registro respectivo se requiere lo siguiente:

1. Pagar el derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 14.46% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada. El monto (S/. 585.63 nuevos soles) se cancelará en la Caja del INDECOPI. Por cada clase adicional, el pago del derecho de trámite será de S/. 533.30, cuyo costo es equivalente al 14.46% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT).

2. Presentar el formato de solicitud correspondiente, consignando datos de identificación del solicitante. De ser necesario, adjuntar los poderes correspondientes.
3. Indicar cuál es el signo que se pretende registrar. (LOGOTIPO)
Este paso es crucial y mientras mejor sea la definición descriptiva de los elementos que acompañan a su signo distintivo, mejor protegida estará su marca.
 - Descripción semiótica detallada.
 - 5 reproducciones en un encuadre de 5x5cm.
 - Si el logo es a colores las reproducciones deberán ser a color y se adjuntará código Pantone de cada color o su equivalente en CMYK.
4. Indicar expresamente cuáles son los productos, servicios o actividades económicas que desea registrar, así como cuál es la clase en la que se solicita dicho registró.
5. La respectiva Orden de Publicación o Notificación correspondiente le será entregada después de 15 días hábiles de haber presentado la solicitud de registro, en la Unidad de Trámite Documentario
6. Una vez aceptada la Solicitud de Registro, usted deberá acercarse a la Oficina del Diario Oficial “El Peruano” y solicitar la publicación por única vez (el costo de la misma debe ser asumido por el solicitante). Si el signo solicitado está constituido por un logotipo, envase o envoltura debe adjuntarlo en un tamaño de 3x3cm.
7. Dentro del plazo de 3 meses de recibida la Orden de Publicación, el solicitante debe realizar la publicación en el Diario Oficial El Peruano. En caso de solicitar el registro de una misma marca en diferentes clases, dentro de los 10 días siguientes a la presentación de las solicitudes, se podrá pedir la emisión de una sola orden de publicación que contenga todas las solicitudes, caso contrario se emitirán órdenes de publicación independientes.
8. El solicitante podrá ceder los Derechos Expectaticios sobre una Solicitud en Trámite, para lo cual deberá presentar el documento en el que conste la Cesión con firma debidamente legalizada. Cuando la Cesión sea efectuada por una persona natural, se deberá presentar una declaración

jurada –con firma legalizada- de bien propio de libre disposición o consentimiento del cónyuge, de ser el caso.

9. En el siguiente supuesto:

Nombre Comercial: señalar fecha de primer uso y acompañar prueba que lo acrediten, asimismo acompañar pruebas que acrediten el uso actual del nombre comercial para cada una de las actividades que se pretenda distinguir.

Tabla 6.- Registro de marca y gastos de constitución (en soles y dólares)

Tipo de cambio: 3.25 al 20MAR2017

	NOMBRE	CANTIDAD	COSTO EN SOLES	COSTO EN DÓLARES
REGISTRO DE MARCA Y GASTOS DE CONSTITUCION DE LA EMPRESA	Derecho de Trámite	1	19.00	5.85
	Publicación Diario el Peruano	1	28.11	8.65
	Búsqueda y Reserva del nombre	1	70.00	21.54
	Elaboración de Minuta	1	250.00	76.92
	Gastos Notariales	1	306.06	94.17
	Inscripción en Registros Públicos	1	320.00	98.46
	Legalización de Libros Contables	1	120.00	36.92
	Autorización de planillas de pago	1	35.00	10.77
	Elaboración de Facturas	3	360.00	110.77
TOTAL		11	1508.17	464.05

Elaboración: Propia

2.10 Requisitos y Trámites Municipales

La licencia Municipal de Funcionamiento es requisito indispensable para que nuestra empresa pueda funcionar en un determinado establecimiento.

La localización de la empresa se ubica en el Distrito de San Martín de Porres, es por ello que los trámites se realizarán en dicha jurisdicción. Lo establecido por la Ley N°28976, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, Ordenanza N°159-MDA y modificatorias.

La Licencia de Funcionamiento se otorga en un sólo documento, es intransferible y sólo habilita al ejercicio de la actividad a su titular, los requisitos para el distrito de San Martín de Porres son en establecimientos con área ocupada de 1 a 100 m² ITSE Basica Expost y capacidad de almacenamiento no mayor del 30% del área total del local (Pub, licorería, discoteca, bar, casinos, juegos de azar, máquinas tragamonedas, ferreterías o afines) y de 101 a 500 m² ITSE Basica Exante tales como: tiendas, stands, puestos, áreas comunes de los edificios multifamiliares, establecimientos de hospedaje, restaurantes, cafeterías, edificación de salud, templos, bibliotecas, entre otros.

Para la obtención de la Licencia de Funcionamiento, todo solicitante deberá cumplir con los siguientes requisitos:

1. Número de RUC y DNI o Carné de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
2. Copia simple del DNI o Carné de Extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas, u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.

La información comprendida en los numerales 1 y 2 precedentes se incorporará en un formulario múltiple de declaración jurada que contendrá adicionalmente la siguiente información: (i) tipo de autorización que se solicita, (ii) datos de identificación del solicitante, (iii) datos del establecimiento, (iv) giro de la actividad económica, y (v) cualquier otra información que a criterio de la Municipalidad se considere relevante para el trámite de licencia de funcionamiento o de alguno de los procedimientos vinculados.

3. Vigencia de poder de representante legal, en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta simple.

4. Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad.

Adicionalmente, de ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:

1. Copia simple del título profesional, en el caso de servicios relacionados con la salud.
2. Copia simple de la autorización sectorial respectiva, cuando se trate de actividades que requieran de ésta para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento.
3. Copia simple de la autorización expedida por el Instituto Nacional de Cultura, cuando se trate de inmuebles integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación, de conformidad con la Ley N° 28296, Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación.
4. Para surtidores de agua potable para consumo humano: Presentar el Certificado de Inspección Sanitaria expedida por la DISA IV Lima Norte.
5. Copia del Informe de Factibilidad Técnica de SEDAPAL.
6. Copia del Certificado de Saneamiento Ambiental expedida por una empresa registrada en el Ministerio de Salud.
7. Plano de Ubicación y Distribución indicando todas las facilidades y equipamiento con el que cuenta el surtidor.
8. Presentación de los libros de Registros de análisis del agua y Registro de incidencias en la fuente de abastecimiento. (SUNAT: “Evaluación y requisitos para obtención de la Licencia de Funcionamiento”)

Tabla 7.- Costo de Licencias Municipales

	NOMBRE	Nº	COSTO EN S/ S.M.P	COSTO EN S/ LOS OLIVOS	COSTO EN S/ VENTANILLA
LICENCIAS MUNICIPALES	Licencia municipal de funcionamiento	1	121.7	87.54	103.3
	Certificado de defensa civil	1	0	85.06	100.38
	TOTAL	2	121.7	172.6	203.68

Elaboración propia.

Municipalidad de San Martín de Porres
Gerencia de Desarrollo Económico y Fiscalización
Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Comercialización

FORMULARIO N° 5

FORMULARIO N° 5

SOLICITUD - DECLARACION JURADA

LLENAR CON LETRA DE IMPRENTA LOS DATOS NECESARIOS PARA EL TRÁMITE (Letra legible, sin borradores ni enmendaduras)

1. DATOS DEL SOLICITANTE

RUC N° _____

Apellidos y Nombres o Razón Social _____ Régimen Tributario: RUS / R. General

DNI / CE _____ E-mail: _____
Teléfono _____ Solicito me notifique al CORREO ELECTRONICO según Art 20° 1.2 Ley 27444

(DOMICILIO FISCAL) Av., Jr., Calle, Pasaje _____ N° _____ Dpto. _____ Int. _____ Mz. _____ Lt. _____ Block _____

Urb./ AA. HH./ Coop. De Vivienda/ Asoc./Otros _____ Distrito _____

REPRESENTANTE LEGAL

Apellidos y Nombres _____ DNI / CE _____ Teléfono _____

2. PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO: (Marcar con X en el casillero que corresponda)

LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO PARA:

Establecimientos hasta 100 m2 con ITSE Básica Ex Post

Establecimientos más de 100 m2 hasta 500m2 con ITSE Básica Ex Ante

Establecimientos más de 500 m2 y no comprendidos en las categorías anteriores

LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO CORPORATIVAS PARA:

Mercados de abastos

Galerías y Centros Comerciales

LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO PARA CESIONARIOS HASTA 500 M2 DE ÁREA

LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO POR VARIACIÓN DE ÁREA COMERCIAL O ECONÓMICA

Variación de área comercial o económica hasta 500 m2

Variación de área comercial o económica mayor a 500 m2

AMPLIACIÓN DE GIRO COMPATIBLE

Hasta 500 m2

Más de 500 m2

MODIFICACIÓN DE DATOS DE LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO MANTENIENDO EL ÁREA Y GIRO

Por cambio de razón social

Por cambio de otros datos vinculados con la licencia

DUPLICADO DEL CERTIFICADO DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

Temporalidad de la Licencia

Permanente

Temporal

Nota:

Se encuentran excluidas de la ITSE Básica Ex Post los establecimientos comprendidos en el literal a) del numeral 1 del artículo 8° de la Ley N° 28976, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento.

3. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

(UBICACIÓN) Av., Jr., Calle, Pasaje _____ N° _____ Dpto. _____ Int. _____ Mz. _____ Lt. _____ Block _____

Urb./ AA. HH./ Coop. De Vivienda/ Asoc./Otros _____ Distrito San Martín de Porres N° Estacionamientos _____

Área del Local + Área de Almacén	Área Total
+ _____	_____

4. NUEVA RAZÓN SOCIAL O DATOS A MODIFICAR O ACTUALIZAR

Figura 3.- Solicitud de Licencia de Funcionamiento.

FORMULARIO N° 5

5. ACTIVIDAD ECONÓMICA (Describe los giros que desarrollará en el establecimiento de conformidad con el Índice de Uso)

Giro de Actividad	Actividad del Local
1.-	Industria <input type="checkbox"/>
2.-	Comercio <input type="checkbox"/>
3.-	Servicio <input checked="" type="checkbox"/>

6. DOCUMENTOS QUE SE ADJUNTAN (Marcar con X en el casillero que corresponda)

Copia de la Vigencia de poder de representante legal en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos

Carta Poder con firma legalizada en caso de persona natural

Declaración Jurada de observancia de condiciones de seguridad

Certificado de la Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones (ITSE) de Detalle o Multidisciplinaria

Copia simple del título profesional en caso de servicios relacionados con la salud

Copia simple de la autorización sectorial respectiva, de ser el caso (D.S. N° 006-2013-PCM)

Copia simple de la autorización expedida por el Ministerio de Cultura conforme a la Ley N° 28296. Excepto en los casos en que el Ministerio de Cultura haya participado en las etapas de remodelación y monitoreo de ejecución de obras previas inmediatas a la solicitud de la licencia del local por el cual se solicita la licencia

Autorización con firma legalizada, del titular de la Licencia de Funcionamiento del establecimiento en el que se desarrollará la actividad comercial

Original de la licencia de funcionamiento

Documento que acredite la nueva razón social

Documento que sustente los datos a modificar o actualizar

Documento que acredite legítimo interés, en caso de un tercero

Pago por derecho de trámite Recibo N° _____ Fecha: / /

DECLARACION JURADA

Declaro bajo juramento: Que el establecimiento que conduzco se encuentra debidamente acondicionado para el giro que desarrollo, conforme a la Ley N° 28976, D.S. N° 006-2013-PCM, Ordenanza N° 227-MDSiMP modificado por la Ordenanza 350-MDSMP Art. 22° y Derogatoria de los Artículos 15° (1er Párrafo), 24° y 33° y cumple con las normas del Reglamento Nacional de Edificaciones y Construcciones. Que tengo conocimiento y cumpla lo establecido en las Ordenanzas N° 045-MDSMP, 214-MDSMP, D.A N° 12-2007/MDMSP, según me corresponda. Que brindaré las facilidades necesarias para las acciones de fiscalización y control de las autoridades municipales competentes y asumo la responsabilidad sobre la veracidad y exactitud de la información y documentación que presento, consciente de los efectos previstos por la Ley para los casos de fraude o falsedad, de conformidad con lo establecido en la Ley N° 27444 y de ser el caso me revocaran las Autorizaciones otorgadas.

FECHA: / / Solicitante

DNI /CE. FIRMA

7. EVALUACIÓN DE ZONIFICACIÓN Y COMPATIBILIDAD DE USO

FECHA: / /

Firma del Técnico

8. OBSERVACIONES

Fuente: Municipalidad de S.M.P

Figura 4.- Solicitud de Licencia de Funcionamiento.

Fuente: Municipalidad de S.M.P



Solicitud de Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones

D.S. N° 058-2014-PCM

I. DATOS DE LA INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES	
PRIMERA INSPECCIÓN TÉCNICA SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	N° DE BOLETA DE PAGO EN EL BANCO DE LA NACIÓN _____ MONTO ABONADO _____
TIPO DE INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES SOLICITADA: BÁSICA EXANTE <input type="checkbox"/> PREVIA A EVENTO O ESPECTÁCULO PÚBLICO CON ASISTENCIA: BÁSICA EXPOST <input type="checkbox"/> MENOR O IGUAL A 3000 PERSONAS <input type="checkbox"/> DE DETALLE <input type="checkbox"/> MAYOR A 3000 PERSONAS <input type="checkbox"/> MULTIDISCIPLINARIA <input type="checkbox"/> ASISTENCIA PREVISTA: _____	FECHA Y HORA PROGRAMADA PARA LA INSPECCIÓN _____ EL RECINTO PARA EL ESPECTÁCULO PÚBLICO CUENTA CON INSPECCIÓN TÉCNICA: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> EN PROCESO <input type="checkbox"/> TIPO DE INSPECCIÓN TÉCNICA EJECUTADA: _____ CERTIFICADO EMITIDO N° _____ AFORO: _____

II. DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL Y DEL SOLICITANTE	
NOMBRES Y APELLIDOS DEL PROPIETARIO / REPRESENTANTE LEGAL, CONDUCTOR / ADMINISTRADOR: DOCUMENTO DE IDENTIDAD N°: _____ TELÉFONO FIJO/CELULAR _____ CORREO ELECTRÓNICO: _____ DOMICILIO: _____	
NOMBRES Y APELLIDOS DEL SOLICITANTE: DOC. DE IDENTIDAD O CARNET EXTRANJERÍA N°: _____	

III. DATOS ADMINISTRATIVOS DEL OBJETO DE INSPECCIÓN		
NOMBRE COMERCIAL: _____ RAZÓN SOCIAL: _____ RUC N°: _____	GIRO O ACTIVIDADES QUE REALIZA: _____ ÁREA OCUPADA EN M²: _____ N° DE PISOS: _____	
DIRECCIÓN / UBICACIÓN: DISTRITO: SAN MARTIN DE PORRES PROVINCIA: LIMA DEPARTAMENTO: LIMA REGIÓN: LIMA TELÉFONO(S): _____ CORREO ELECTRÓNICO: _____		

IV. ANTECEDENTES DE LA EDIFICACIÓN O INSTALACIÓN (PARA SER LLENADO POR EL ORGANIZANTE/SOLICITANTE)	
AMPLIACIÓN/ MODIFICACIÓN <input type="checkbox"/> OTRO <input type="checkbox"/>	N° DEL ÚLTIMO CERTIFICADO DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES: _____ N° INFORME TÉCNICO DE LA ÚLTIMA INSPECCIÓN: _____
LA INSTALACIÓN CUENTA CON LICENCIA DE EDIFICACIÓN: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> NO APLICABLE <input type="checkbox"/>	
N° DE EXPEDIENTE MUNICIPAL DE DELEGACIÓN AD HOC: _____	N° DE EXPEDIENTE DE VERIFICACIÓN AD HOC: _____

CARGO DE RECEPCIÓN
(FIRMA Y SELLO / FECHA Y HORA)
PARA EL SOLICITANTE LUEGO DE ENTREGAR TODA LA DOCUMENTACIÓN REQUERIDA

_____/_____/_____
FECHA

SOLICITANTE
(FIRMA, NOMBRE Y APELLIDOS Y DOC. DE IDENTIDAD)

IMPORTANTE :

- LLENAR CON LETRA DE IMPRENTA Y MARCAR "X" LO QUE CORRESPONDA
- ADJUNTAR A LA SOLICITUD EL RECIBO ORIGINAL DEL BANCO DE LA NACIÓN DEL PAGO POR CONCEPTO DE INSPECCIÓN
- EN CASO QUE EL PROPIETARIO Y/O CONDUCTOR NO SE ENCONTRASE EN LA FECHA FIJADA PARA LA INSPECCION SE DEBE ACERCAR AL ÓRGANO EJECUTANTE PARA FIJAR NUEVA FECHA (ART. 33 DEL D.S. N° 058-2014-PCM)

Figura 5.- Solicitud de Inspección Técnica de Seguridad de Edificaciones

Fuente: Municipalidad de S.M.P

2.11 Régimen tributario procedimiento desde la obtención del RUC

2.11.1 Obtención del RUC

Al crear una empresa jurídica, después de haber escogido que tipo de organización se va a formar, debemos conocer el tipo de régimen de Impuesto a la Renta se va a escoger, dentro de ellas tenemos:

- Nuevo Régimen Único Simplificado – Nuevo RUS (En este régimen no estoy obligado a pagar el Impuesto General a las Ventas – IGV)
- Régimen Especial del Impuesto a la Renta – RER
- Régimen General del Impuesto a la Renta (En estos dos últimos regímenes sí estoy obligado a pagar el Impuesto General a las Ventas – IGV)

Una vez escogido el régimen se procede con la obtención de RUC:

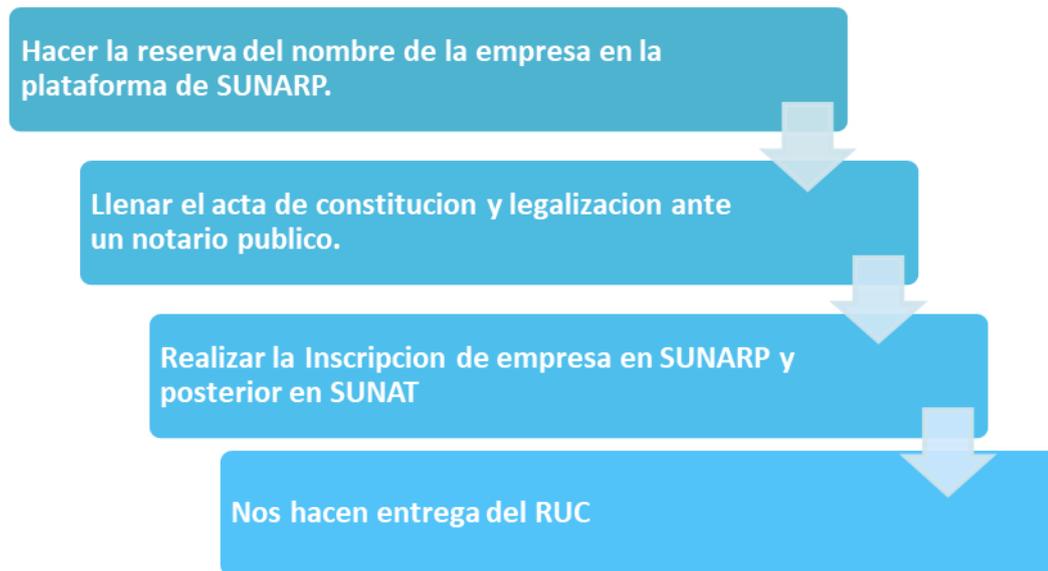


Figura 6.- Procedimiento obtención de RUC

Fuente: Sunat

Elaboración: Propia

CONSULTA RUC: 10445610793 - ZUZUNAGA LA ROSA MORGAN DANIEL			
Número de RUC:	10445610793 - ZUZUNAGA LA ROSA MORGAN DANIEL		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL SIN NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 44561079 - ZUZUNAGA LA ROSA, MORGAN DANIEL		
Nombre Comercial:	-		
Fecha de Inscripción:	20/05/2008	Fecha Inicio de Actividades:	20/05/2008
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	JR. SOCHIN NRO. 869 URB. MANGOMARCA ALTO LIMA - LIMA - SAN JUAN DE LURIGANCHO		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL	Profesión u Oficio:	PROFESION U OCUPACION NO ESPECIFICADA
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 74996 - OTRAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES NCP.		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	RECIBO POR HONORARIOS		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO		

Figura 7.- Consulta RUC persona natural.

Fuente: Sunat

CONSULTA RUC: 15504639662 - ZUZUNAGA LA ROSA MORGAN DANIEL			
Número de RUC:	15504639662 - ZUZUNAGA LA ROSA MORGAN DANIEL		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 44561079		
Nombre Comercial:	-		
Fecha de Inscripción:	20/05/2008	Fecha Inicio de Actividades:	20/05/2008
Estado del Contribuyente:	SUSPENSION TEMPORAL		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	JR. CHIMU CAPAC NRO. 750 LIMA - BARRANCA - SUPE		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL	Profesión u Oficio:	PROFESION U OCUPACION NO ESPECIFICADA
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 01110 - CULTIVOS DE CEREALES. Secundaria 1 - 74927 - ACTIV. DE INVESTIGACION Y SEGURIDAD.		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA RECIBO POR HONORARIOS		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	NINGUNO		

Figura 8.- Consulta RUC persona natural con negocio.

Al realizar todo el procedimiento mencionado, el representante legal (Gerente General) debe mostrar los documentos originales y presentar las copias de los siguientes documentos:

- Documento de identidad del representante legal.
- Para sustentar el domicilio fiscal se presentará uno de los siguientes documentos: Recibo de agua, luz, telefonía fija, televisión por cable (con fecha de vencimiento dentro de los últimos dos meses) o de la última declaración jurada de predio o auto valúo, entre otros documentos autorizados por la SUNAT.
- La partida registral certificada (ficha o partida electrónica) por los Registros Públicos (Con una antigüedad no mayor a 30 días calendarios)
- En el caso de la declaración de establecimiento(s) anexo(s), deberá exhibir el original y presentar fotocopia de uno de los documentos que sustentan el domicilio del local anexo.
- Exhibir el original y presentar una fotocopia de su documento de identidad.
- Presentar una carta poder con firma legalizada ante notario público o autenticada por un fedatario de la SUNAT (especificando que es para realizar el trámite de inscripción de la Persona Jurídica en el Registro Único de Contribuyentes).
- Presentar los siguientes formularios firmados por el representante legal o persona autorizada:
 - Formulario N° 2119, solicitud de inscripción o comunicación de afectación de tributos.
 - Formulario N° 2054, representantes legales.
 - Formulario N° 2046, establecimientos anexos (sólo en el caso de contar con establecimiento anexo distinto al señalado como domicilio fiscal y debidamente sustentado).

2.11.2 Modalidades:

Como se explicó, anteriormente, dentro de las modalidades tenemos tres, lo cual se detallan a continuación:

a. Nuevo Régimen Único simplificado - NUEVO RUS

Según la SUNAT, indica que es un régimen tributario creado para los pequeños comerciantes y productores, el cual les permite el pago de una cuota mensual fijada en función a sus compras y/o ingresos, con la que se reemplaza el pago de diversos tributos.

Este régimen está dirigido a personas naturales que realizan ventas de mercaderías o servicios a consumidores finales. También pueden acogerse al Nuevo RUS las personas que desarrollan un oficio.

En este régimen tributario está permitida la emisión de boletas de venta y tickets de máquina registradora como comprobantes de pago. Para el Nuevo RUS está prohibida la emisión de facturas y otros comprobantes que dan derecho a crédito tributario y hay restricciones respecto al máximo de ingresos y/o compras mensuales y/o anuales y también respecto al desarrollo de algunas actividades no permitidas.

Una de los principales cambios del Nuevo Rus para este año 2017, es la reducción de las categorías. A partir del 2017, estarán disponibles 2 categorías para pertenecer al Nuevo Rus:

Tabla 8.- Categorías del RUS

CATEGORÍA	INGRESOS BRUTOS O ADQUISICIONES MENSUALES	CUOTA MENSUAL EN S/.
1	HASTA S/. 5,000	20
2	MÁS DE S/. 5,000 HASTA S/. 8,000	50

Fuente: SUNAT

Elaboración propia

Esto significa que los contribuyentes que pertenecen a las categorías 3, 4 y 5 del Nuevo Rus, tendrán que pasar a otro régimen tributario.

De esta manera, quienes tengan ventas hasta S/ 5,000, pagarán una cuota mensual de S/ 20; mientras que quienes tengan ingresos de S/ 8,000 abonarán S/ 50 de cuota mensual. Lo mismo para las adquisiciones, de acuerdo a ambos cuadros.

El artículo modificado 7.2 del Decreto Legislativo N° 1270 del Nuevo Régimen Único Simplificado (Nuevo RUS) y del texto Único Ordenado del Código Tributario, señala que “sin embargo, los siguientes sujetos podrán ubicarse en una categoría denominada “Categoría Especial”, siempre que el total de sus ingresos brutos y de sus adquisiciones anuales no exceda, cada uno, de S/ 60,000”.

Los sujetos que se acojan al nuevo RUS “y no se ubiquen en categoría alguna, se encontrarán comprendidos en la categoría 2 hasta el mes en que comuniquen la que le corresponde, inclusive”.

Pagos de 2017

Aquellos que al 31 de diciembre de 2016 estuvieron en las categorías 3, 4 y 5, podrán ahora con la declaración de enero de 2017 acogerse o al i) Nuevo RUS o al ii) Régimen Especial; iii) al Régimen MYPE Tributario (10×10) o iv) ingresar al Régimen General, según una disposición complementaria de la norma.

El pago de la cuota de enero de 2017, dentro de su fecha de vencimiento, también servirá para que las Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada (EIRL) acogidas al Nuevo RUS se acojan ahora al Régimen Especial; o al Régimen MYPE Tributario, denominado 10×10; o al Régimen General.

El pago de la cuota para contribuyentes con suspensión temporal de actividades que comprenda a enero de 2017 se realizará en el período en que reinicien sus actividades.

Aquellos sujetos que no ejerzan cualquiera de las opciones antes señaladas serán incorporados de oficio al 10x10 o Régimen MYPE Tributario, salvo que en el ejercicio de sus facultades de fiscalización la Sunat deba incorporar estos sujetos en el Régimen General.

b. Régimen General del Impuesto a la Renta

Comprende a las personas naturales y jurídicas que generan rentas de tercera categoría.

El Régimen General involucra dos impuestos:

- Impuesto a la Renta
- Impuesto General a las Ventas

Impuesto a la Renta

El cálculo del impuesto a la renta es aplicando la tasa del 30% a la utilidad generada al cierre de cada año. Este cálculo se efectúa en la Declaración Jurada Anual del Impuesto a la Renta. Sin embargo, tengo la obligación de efectuar declaraciones y pagos mensuales que son considerados pagos a cuenta del impuesto que determinaré en la Declaración Jurada Anual.

Al momento de calcular el impuesto definitivo, se descontará dichos pagos a cuenta y, en caso de que todavía quedara un saldo por regularizar, lo cancelaré en el momento de presentar la Declaración Jurada Anual.

Para efectuar el pago a cuenta, debo considerar que existen dos métodos:

1. Método del Porcentaje del 1%
2. Método del Coeficiente

Estos son obligatorios y debo determinar cuál me corresponde.

Método del porcentaje del 2%:

El impuesto lo determino aplicando el 1% sobre los ingresos netos obtenidos durante el mes.

Método del coeficiente:

El impuesto lo determino aplicando un coeficiente sobre los ingresos netos obtenidos durante el mes. El coeficiente lo determino de la siguiente forma:

Divido el impuesto calculado entre los ingresos netos del ejercicio anterior (ingresos gravables luego de deducir las devoluciones, bonificaciones, descuentos, etc.) El resultado lo redondeo a cuatro decimales:

$$\text{Coeficiente} = \frac{\text{Impuesto calculado del año anterior}}{\text{Ingresos netos del año anterior}}$$

Impuesto General a las Ventas – IGV

El IGV es el tributo que pago por las ventas o servicios que realizo. Grava también las importaciones y la utilización de servicios prestados por no domiciliados. La tasa del IGV es de 18%. El IGV a pagar en cada mes lo determino restando al impuesto bruto

Dentro de los comprobantes de pago que según la SUNAT menciona y que nuestra empresa emitirá serán las siguientes:

- Facturas.
- Boletas de venta.
- Liquidaciones de compra.
- Tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras.
- Notas de crédito y notas de débito.
- Guías de remisión.

Al acogerte se debe llevar una contabilidad completa. Asimismo, debo llevar, adicionalmente, cualquier otro libro especial a que estuviera obligado por el tipo de organización u otras circunstancias particulares (planillas, actas, etc.)

c. Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER)

Nuestra empresa estará sujeta a este Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER), ya que cumple los con los siguientes requisitos que indica la base legal del Artículo 120 de la Ley del Impuesto a la Renta:

1. Persona Jurídica
2. Domiciliadas en el país
3. Rentas de tercera categoría provenientes de la actividad de comercio de la venta de los bienes que adquiramos.

Según lo que menciona SUNAT, el acogimiento de este régimen surtirá efecto a partir del período que corresponda a la fecha declarada como inicio de actividades en el Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Al ser una microempresa nueva, este régimen nos ayuda a tener que declarar y pagar menos impuestos, ya que estamos exceptuados de la presentación de la Declaración Anual del Impuesto a la Renta.

A partir del año 2007, en el RER se aplican dos tasas:

- a. Cuando sus Rentas de Tercera Categoría provienen exclusivamente de actividades de comercio y/o industria, pagará el 1.5% de sus ingresos netos mensuales.
- b. Si sus Rentas de Tercera Categoría provienen exclusivamente de actividades de servicios, pagará el 2.5% de sus ingresos netos mensuales.
- c. Si sus Rentas de Tercera Categoría provienen de las actividades conjuntas señaladas en los párrafos anteriores, pagará el 2.5% de sus ingresos netos mensuales.

Nosotros debemos cumplir con declarar y pagar mensualmente los siguientes tributos con sus respectivas tasas:

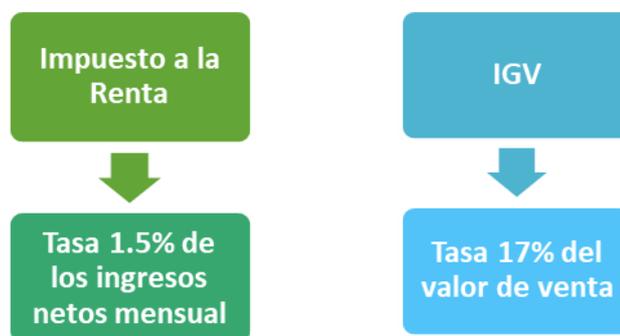


Figura 9.- Impuestos del RER

Fuente: SUNAT

Elaboración propia

Dentro de los comprobantes de pago que según la SUNAT menciona y que nuestra empresa emitirá serán las siguientes:

- Facturas.
- Boletas de venta.
- Liquidaciones de compra.
- Tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras.
- Notas de crédito y notas de débito.
- Guías de remisión.

A través del Sistema SOL (Sistema de Operación en Línea) podremos solicitarla impresión de las mismas en las imprentas autorizadas.

Al acogernos a este régimen solo debemos de registrar nuestras operaciones en los siguientes libros y registros contables:

- Registro de compras.
- Registro de ventas.
- Libro de Inventarios y Balances
- Libro de planilla de sueldo y salarios

2.12 Registro de Planillas Electrónicas (PLAME)

La planilla mensual de pagos es una parte de la planilla electrónica, contiene información mensual sobre los ingresos de los sujetos inscritos en el régimen de información laboral, también de los prestadores de servicios mediante la renta de cuarta categoría, esta planilla debe ser presentada mensualmente de acuerdo a lo establecido por SUNAT. La información mensual que contiene es sobre el trabajador, pensionista, prestador de servicios (renta de cuarta categoría), personal de información y personal de terceros.

Información establecida en la R.M N.° 121-2011-TR o norma que la sustituya o modifique.	Retenciones del Impuesto a la Renta de quinta categoría.	Retenciones del Impuesto a la Renta de cuarta categoría
Impuesto extraordinario de Solidaridad respecto de las remuneraciones correspondientes a los trabajadores, en los casos que exista convenio de estabilidad	Contribuciones al Essalud, respecto de las remuneraciones o los ingresos que correspondan a los trabajadores independientes que sean incorporados por mandato de una ley especial a ESSALUD como asegurados regulares	Contribuciones a ESSALUD por concepto de pensiones
Contribuciones a ONP bajo el régimen del Decreto Ley N° 19990	Prima por el concepto de “+ Vida Seguro de Accidentes”	Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo contratado con el ESSALUD para dar cobertura a los afiliados regulares del ESSALUD.
COSAP, creada por el artículo 4° de la Ley N° 28046	Registro de Pensionistas del Régimen del Decreto Ley N° 20530, a los que hace referencia en el artículo 11 de la Ley N° 28046	Prima por el concepto “Asegura tu pensión”, respecto de los afiliados obligatorios al Sistema Nacional de Pensiones que contraten el mencionado seguro

Figura 10.- Conceptos a incluir al PDT-PLAME

Fuente: SUNAT

Elaboración propia

2.13 Régimen Laboral Especial

El régimen laboral especial promueve la formalización de micro y pequeña empresa, facilita el acceso a los derechos laborales y la seguridad social de trabajadores y empleadores.

Para que la empresa pueda acogerse al régimen laboral mencionado debe cumplir con las siguientes características:

1. Debe estar inscrito previamente como Micro empresa;
2. En el contrato se debe indicar expresamente que se celebra el contrato de trabajo bajo el Régimen laboral especial señalando la Ley de creación como es la Ley N°28015.
3. No deben realizar otras actividades para lo que fueron contratados
4. Estos trabajadores deben figurar en la planilla de la empresa.

Brindando los siguientes derechos laborales:

1. Remuneración Mínima Vital para el trabajador (Una RMV)
2. Jornada de trabajo de 8 horas
3. Descanso semanal y en días feriados
4. Remuneración por trabajos en sobretiempo
5. Descanso vacacional de 15 días
6. Cobertura de Seguridad Social en salud a través del SIS (Seguro Integral de Salud); sin embargo, se optará en brindar el seguro ESSALUD a todos los integrantes de la empresa.
7. Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración).

No será obligatorio pagar estos beneficios a los trabajadores:

1. El pago de la compensación por tiempo de Servicios
2. Las gratificaciones de fiestas patrias y navidad

3. La asignación familiar
4. El pago de utilidades
5. La póliza de seguros
6. El trabajo nocturno

2.14 Modalidades de Contratos Laborales

La empresa Sweet Potato S.A.C tiene como prioridad a sus trabajadores, por ende, debe haber un contrato sólido estipulado entre la empresa y el empleado desde el primer día de ingreso del trabajador

Dentro de las distintas clases de contrato, escogeremos el Contrato de Inicio o de Lanzamiento de una nueva actividad, ya que al ser una empresa recién constituida se va a contratar nuevo personal; sin embargo, una vez concluido el contrato que estará sujeto a un periodo de prueba, el cual tiene una duración de 3 meses, se procederá otro con 6 meses de duración hasta llegar a la duración de 1 año. Una vez que el trabajador haya cumplido más de 3 años laborando en la empresa, se procederá con un contrato por tiempo indeterminado.

El tipo de contrato utilizado será el contrato laboral a plazo fijo según lo establecido en el artículo 53 de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral.

El contrato laboral se encuentra compuesto por las siguientes partes:

1. Prestación personal del servicio
2. Vinculo de subordinación
3. Remuneración

2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas

2.15.1 Contratos Comerciales

Los contratos comerciales es un contrato vinculante entre dos partes, donde hay obligaciones donde se obligan realizar o no realizar. Estos

contratos pueden ser escritos o verbales, de preferencia es que sea escrito para que no haya ningún tipo de inconvenientes al momento de realizar lo acordado. Los contratos pueden abarcar todos los aspectos comerciales como contrataciones, salarios, seguridad del empleado, locaciones, préstamos, etc.

En caso si un contrato una de las partes no cumple con el acuerdo establecido en el mismo, se considerará como un “incumplimiento de contrato”. En caso sea un caso mayor, implicaría un sistema judicial para que se haga cumplir el contrato, o se puede solicitar que se pague una compensación por los daños ocasionados.

La empresa Sweet Potato S.A.C realizará contratos para el trabajo con terceros, dentro de los cuales estarán los contratos de prestación de servicios de:

- Asesor Legal: Se encargará de la revisión y ejecución para contratos nacionales e internacionales con los proveedores o clientes nacionales e internacionales, donde se fijarán el tiempo de duración del contrato, el precio, los plazos de entrega, cantidad, definición del producto/servicio, etc.
- Personal de Sistemas: Instalación y revisión del sistema informático que se utilizará en la empresa.
- Contratos individuales de trabajo: Trabajadores de la empresa.

2.15.2 Responsabilidad civil de los Accionistas

- Los accionistas tienen el derecho de recibir los dividendos que viene a ser parte del beneficio que la empresa reparte entre los propietarios, aunque la junta de accionistas pueda decidir no repartirlos.
- En caso si la empresa llegara a disolverse y liquidarse, el accionista tiene el derecho de recibir su parte proporcional por el monto total de la liquidación.
- El accionista debe acudir a las Juntas Generales de Accionistas.

- Están en el derecho de informarse sobre la situación de la empresa.
- El accionista puede transmitir sus acciones a otra persona sin ningún tipo de restricción en las sociedades cotizadas; sin embargo, en las no cotizadas, ya sea por posible falta de liquidez exista la posibilidad que la transmisión esté sujeta a limitaciones de los estatutos o por normas legales.
- El accionista está al derecho de la separación en la cual recibirá el importe de sus acciones
- Está en el derecho de convocar a la Junta en caso sus acciones representen el 5% del capital, el cual pueden solicitar el día que el mismo proponga.
- El accionista tiene el derecho de impugnar acuerdos sociales, en la cual puede ejercitar una acción judicial para impugnar los acuerdos de la Junta que sean contrarios a la ley, o a los estatutos, o que lesionen en beneficio de uno, varios accionistas o de terceros, los intereses de la sociedad.

3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1 Descripción del producto

El camote morado (*Ipomoea batatas*), llamada comúnmente boniato, batata, chaco, papa dulce o camote es una planta de la familia Convolvulaceae, cultivada en gran parte del mundo por su raíz tuberosa comestible. El camote es uno de los 3 cultivos tuberosos más importantes a nivel mundial y es uno de los más consumidos en los países en vías de desarrollo.

Actualmente, el camote es cultivado en 111 países, anotándose que el 90% de la producción es obtenida en Asia, y apenas el 5% en África y el otro 5% en el resto del mundo. China es el país que más produce, con 100 millones de toneladas. (Silva, 2011)

Actualmente, el camote se cultiva en todos los continentes, siendo el mayor productor Asia, seguido por África y América del Sur.

El camote es un tubérculo cuyo costo es más barato que el de la papa y la yuca., ha sido domesticado y cultivado desde hace 8,000 años en el departamento de Ayacucho, habiéndose hallado representaciones de camote en numerosos ceramios precolombinos y restos de las raíces tuberosas en algunas tumbas. Los agricultores han sabido mantener la diversidad genética de la especie, sin embargo, la creación de técnicas modernas de cultivo la pone en peligro.

En el Perú, el camote se distribuye en la costa, sierra y selva, prefiriendo los climas tropicales y templados, pudiéndose encontrar desde el nivel del mar, hasta los 2,200 msnm. Desarrolla bien a temperaturas entre 15 y 28°C y con fotoperiodos largos. El mejor suelo para el camote es el fresco, arenoso y bien drenado; sin embargo, si las condiciones de clima son apropiadas, puede cultivarse en diversos suelos con buenos resultados. En los arenosos y con escasa fertilidad se obtienen rendimientos adecuados. En los muy ricos se produce mucho crecimiento vegetativo y las raíces son, a veces, muy grandes e

irregulares, lo que reduce su valor comercial. En algunos países las hojas se utilizan para la alimentación de animales y plantas ya que posee grandes cantidades de hierro.

Existen cerca de 5 mil variedades de camote según el color de la pulpa, puede ser blanca, amarilla, naranja o morada. En general los nutrientes de las variedades del camote son similares, es un alimento que aporta energía (116 calorías en cien gramos de camote), esto ocurre por su almidón (alrededor de 25%).

Tiene poca proteína (1,3%) y casi no tiene grasa, lo que si contiene es un importante aporte de agua, cerca del 95% del camote es agua. Además de ser energético, el camote es especialmente importante por la cantidad de vitamina A en forma de carotenos que contiene. Esta vitamina es importante frente a infecciones ya que fortalece al sistema inmunológico. También permite el crecimiento y renovación de las células de la piel.

Asimismo, es rico en fitoestrógenos naturales, sustancias vegetales que actúan como progesterona natural, que, sin ser hormonas, sirven a nuestro organismo como TRH (Terapia de Restitución Hormonal), sin efectos secundarios. Es importante auxiliar en el tratamiento de la Menopausia, Síndrome Premenstrual y Andropausia.



Figura 11.- Estacionalidad de producción del camote

Fuente: FINTRAC CDA

El camote orgánico que se produce con cero pesticidas y químicos se fertiliza con un producto llamado bocashi que es elaborado con salvado de arroz o de trigo sufre de nitrógeno, fósforo, potasio, manganeso, zinc, cobre.

La fertilización del camote se realiza colocando el bocashi en un orificio entre planta y planta, se la realiza cada mes el cual se combina con el riego. Esto aumenta en media libra el peso del camote.

Las plagas buscan carbohidratos y azúcar en lo cual el camote es muy rico por lo que sus mayores amenazas como el gusano de seda son controlados con M5, que es un preparado natural hecho con ajo, jengibre, chile dulce. También se aplican fertilizantes líquidos, ricos en fósforo, potasio, etc. La manera de dispersarlos en las plantas a un bajo costo es con sistema de riego de tanque elevado. Otra manera sería con bombas manuales, pero elevaría el costo y no sería tan efectivo porque se dispersa demasiado el chorro. En el caso del tanque elevado, un barril de 54 galones tardaría un promedio de 2 horas para fertilizar una parcela de media hectárea. Este sistema tiene una duración aproximada de 5 cosechas.

La cosecha del camote orgánico puede ser mecánica donde pasa un tractor de arado de vertedera, pero dañan considerablemente el producto. De la forma manual en la que se usa una pala para hacer el arranque de la planta y se procede a buscar el fruto. La recolección se la realiza en canastos de mimbre para no dañar la piel del producto. El promedio de peso de un camote orgánico es de 120 gr que es aceptable dado que el mercado no los apetece de grandes, ni pequeñas dimensiones. El almacenaje del camote orgánico antes de su exportación puede ser de 7 días ya que al ser rico en azúcar con el pasar del tiempo estos se convierten en almidón y pierden valor nutritivo.

Propiedades del Camote Orgánico.

La raíz contiene grandes cantidades de almidón, vitaminas, fibras y minerales, entre las que destacan la vitamina A, B1 y E. Cuanto más amarilla es su raíz, más contenido de betacaroteno posee por lo que las batatas de este color son utilizadas en Asia y África donde hay deficiencia de vitamina A entre su

población. El sabor dulce que tiene se lo debe a la sacarosa, la glucosa y fructosa que contiene.

Se utiliza como complemento de algunas harinas de cereales por su importante contenido de lisina. Posee gran cantidad de fibra digerible por lo que acelera el tránsito intestinal y previene el cáncer de colon, reduce el colesterol y produce sensación de saciedad.

Los tipos de Camote:

1. Camote Naranja: Es un camote de piel amarilla y pulpa naranja intenso.
2. Camote Morado: El camote morado común, sólo tiene el color morado en la parte exterior y la pulpa amarilla, pero un experto de la Universidad de Kansas, en Estados Unidos, desarrolló una nueva variedad de camote para que el pigmento morado también esté presente en todo el alimento (piel y pulpa) y así multiplique sus propiedades contra el cáncer.
3. Camote Blanco: Se caracteriza por su color crema tanto en la piel como en la pulpa. Es utilizado para la producción de almidón, ya que no es dulce como las otras variedades.



Figura 12.- Camote morado

Fuente: FINTRAC CDA

La variedad del camote morado, se ha descubierto sus propiedades anticancerígenas y antienvjecimiento. El pigmento morado proviene de la antocianina, que reduce el riesgo de desarrollar cáncer, e inclusive puede contrarrestar ciertos tipos de esta enfermedad. Científicos de la Universidad de Kansas emplearon dos clases de antocianina para tratar el cáncer de colon y descubrieron que el pigmento morado redujo el crecimiento de células cancerosas.

El camote morado es rico en antocianinas, sustancia orgánica de gran capacidad antioxidante que, según estudios de la Universidad Estatal de Kansas, mencionado también por el Centro de Investigación de la Papa, previenen el cáncer de colon y el envejecimiento. Facilita además la evacuación intestinal ya que es rico en fibra hasta 2 gramos por cada 100 gramos de pulpa. Si consumimos la cáscara, el aporte de fibra es significativamente mayor.

Tabla 9.- Rendimiento de producción de camote (por hectárea)

Insumo	Cosecha promedio en unidades por hectárea	Precio de venta aprox. por kilogramo (soles)
Camote	60,000	0.85

Fuente: FINTRAC CDA

Elaboración: Propia

Propiedades medicinales

1. Por el azúcar que contienen son más alimenticias que las papas
2. Pero no son tan fáciles de digerir, ni es tan fácil de utilizarlas.
3. Son calmantes.
4. Emolientes.
5. Conviene a personas nerviosas.
6. Asadas o hervidas en cataplasma bien calientes son un poderoso emoliente madurativo de abscesos.
7. Son algo astringentes.

8. El camote de pulpa morada retarda el envejecimiento por tener propiedades antioxidantes y un alto valor vitamínico y proteico, superior al de la papa (patata), dijo Daniel Reynoso Tantalean, investigador del CIP.
9. El camote, humilde tubérculo, famoso por su alto valor nutritivo, previene el cáncer de estómago, las enfermedades del hígado y retarda el envejecimiento, de acuerdo al Centro Internacional de la Papa (CIP). La investigación señala que la especie de camote (batata) de pulpa anaranjada es rica en vitamina A y C, así como potasio y hierro, “claves para disminuir el riesgo a desarrollar un cáncer al estómago y enfermedades hepáticas”, se señala en el informe del CIP.

Beneficios

1. Protege contra el cáncer, en especial de estómago por su aporte vitamínico alto en antioxidantes.
2. Mantiene el correcto funcionamiento del hígado
3. Contiene importantes minerales como: hierro, potasio, cobre, magnesio
4. Rico en ácido fólico
5. Alto en fibra
6. Debido a que posee hidratos de carbono la batata es un nutriente energizante, especialmente recomendado para los niños y las personas que hacen mucha actividad física.
7. Gracias a su gran contenido en vitaminas y minerales su consumo es ideal para mejorar estados de cansancio, fatiga y debilitamiento físico.
8. Es un alimento de muy fácil asimilación y tiene propiedades para mejorar problemas de digestión y pesadez.
9. Por su acción astringente combate la diarrea y ayuda a eliminar tóxicos depurando el organismo.
10. La batata es un alimento muy fácil de preparar, se la puede utilizar en diferentes presentaciones como: puré, fritas, asadas, en guisos, en dulces, pasteles, flanes, postres y mermeladas. – Su sabor particular se asemeja al de las castañas, además de ser muy sabrosas las batatas tienen un aporte nutritivo muy importante para nuestra salud.

Para el diabético:

El sabor dulce que caracteriza al camote, hace pensar que no es un alimento apto para diabéticos. Sin embargo, estudios científicos indican todo lo contrario: el camote tiene potencial para tratar la diabetes tipo 2. Un trabajo realizado en Estados Unidos demostró que tiene bajo índice glicémico, el cual mide la velocidad con que un alimento libera azúcar en la sangre. Alimentos como el pan o el arroz blanco tienen ese índice alto, ocasionando en los diabéticos “subidas” de alta concentración de glucosa en la sangre. En cambio, en el camote el índice es bajo.

Para el enfermo de cáncer:

El camote al cocinarse pierde muchas propiedades, al igual sucede cuando se fríen. Un paciente con cáncer no debe comer frituras, ya que las zonas quemadas de los alimentos y las grasas hacen mucho daño, por eso se recomienda hacer un extracto del camote que tiene la pulpa morada, y tomarlo con algún otro jugo. En este caso no es necesario preparar demasiado extracto de camote, es suficiente con media copa cada mañana combinada con otro jugo.

Cómo consumirlo

El camote puede ser consumido en: puré o papilla, al horno como guarnición para carnes, pescados o aves, como reemplazo de la papa en dulce, se puede cocer con un poco de piloncillo a fuego bajito. Para los niños es ideal en sus sopas y papillas. Evita el estreñimiento y los nutre.

Tips al para aprovecharlo al máximo

- Consúmelo con cáscara, ahí se encuentra la fibra y esto facilita la evacuación intestinal. Aporta hasta 2 gramos de fibra por cada 100 gramos de pulpa.
- Aún cocido u horneado conserva hasta el 70% del caroteno y a pesar de ello es suficiente para cubrir, según la intensidad del color naranja del camote, entre 56 y 241% de las necesidades de vitamina A del día.
- El color morado es rico en antocianinas, sustancia orgánica de gran capacidad antioxidante, aprovéchalo al máximo en jugos.

- La dieta saludable incluye el consumo de camote 1 ó 2 veces por semana (hasta 1 taza), sobre todo en otoño e invierno

Tabla 10.- Composición nutricional del camote (Por cada 100g.)

Nutrientes	Camote Naranja	Camote Blanco	Camote Morado
	Cantidad	Cantidad	Cantidad
Agua (g)	72.84	73.20	72.20
Energía	93	122	114
Proteína	0.80	0.80	1.10
Grasa total (g)	0.40	0.10	0.10
Colesterol (mg)	-	-	-
Glúcidos	22.80	31	28.80
Fibra (g)	0.80	0.80	1.10
Calcio (mg)	20	14	19
Selenio(mcg)	0.60	0.53	0.61
Sodio (mg)	13	14	13
Magnesio (mg)	10	10	10
Hierro (mg)	0.80	1.10	2.10
Yodo (µg)	-	-	-
Cobre (mg)	0.17	0.13	0.16
Zinc (mg)	0.28	0.30	0.28
Potasio (mg)	204	200	202
Vitamina A (mg)	605	10	10
Vitamina C (mg)	36	29	48
Vitamina D (µg)	-	-	-
Vitamina E (mg)	0	0	0
Vitamina B12(µg)	-	-	-
Folato (µg)	14	13	14
Fosforo (mg)	31	66	50
Tiamina B ₁ (mcg)	0.10	0.13	0.11
Riboflavina B ₂ (mcg)	0.05	0.02	0.03
Niacina B ₃ (mcg)	0.63	0.60	0.70
Piridoxina B ₆ (mcg)	0.25	0.19	0.26

Fuente: Fundación Universitaria Iberoamericana

Elaboración: propia

3.1.1 Clasificación arancelaria

La partida arancelaria es un código numérico que clasifica las mercancías.

La mala clasificación de una partida arancelaria implica una penalidad (multa o recargo) por SUNAT.

Internacionalmente las partidas están armonizadas a 6 dígitos, “Sistema Armonizado de Designación y Clasificación de mercancías” En el caso peruano, el código se compone por 10 dígitos. La NANDINA es la nomenclatura de los países miembros de la Comunidad Andina y la NALADISA la utilizan los países miembros del ALADI (ambas se componen de 8 dígitos). La partida nacional peruana de la Empresa Sweet Potato S.A.C es: 0714200000 (Batatas boniatos, camotes, frescas, refrigeradas, congeladas o secas, incl. troceadas o en pellets).

Tabla 11.- Clasificación Arancelaria.

	Partida Arancelaria	Descripción
Sección:	II	Productos del reino vegetal.
Capítulo:	07	Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios.
Partida:	0714	Raíces de yuca (mandioca), arrurruz o salep, aguaturmas (patacas), camotes (boniatos, batatas) y raíces y tubérculos similares ricos en fécula o inulina, frescos, refrigerados, congelados o secos, incluso troceados o en “pellets”; médula de sagú.
Código armonizado comercio mundial (sub partida)	071420	Batatas boniatos, camotes, frescas, refrigeradas, congeladas o secas, incl. troceadas o en pellets.
Partida Nacional:	0714200000	Camotes (batatas, boniatos) frescos, refrigerados, congelados o secos.
Fracción	0714209000	Los demás.

Fuente: ADUANET

Elaboración: propia.

En la actualidad se está exportando camote en estado fresco, refrigerado, congelado y seco; principalmente a EEUU, Alemania, Reino Unido, Canadá, España, Brasil, Israel, Australia, Japón y otros países.

3.1.2 Propuesta de valor

a. Producto terminado

Uno de las principales propuestas del presente Plan de Negocio es la comercialización de un producto nutricional, siendo la ventaja competitiva del camote morado que es rico en antocianinas, sustancia orgánica de gran capacidad antioxidante que, previenen el cáncer de colon y el envejecimiento. El consumidor canadiense está demandando productos de alta calidad, frescos y empacados, que sean fáciles de comer o que sean prácticos en manejo y preparación, a diferencia del europeo o del sudamericano, teniendo un alto grado de confianza en el sistema regulatorio de los alimentos de su país y confía en que éste lo protegerá de las enfermedades que traen los alimentos.

b. Certificación de recolectores

Otro foco importante de nuestra propuesta es la certificación del camote morado recolectado por la empresa Eurofresh Perú S.AC, quienes serán los abastecedores de nuestra materia prima, con una certificación que permitirá exportar un producto como orgánico (USDA Organic, Canadá Organic) y Perú Green Building Council (producto sostenible) lo que nos permitirá dirigirnos ser competitivos en el mercado de destino al atraer mejores precios que el promedio.



Figura 13.- Certificaciones orgánicas nacional e internacional

Fuente: Control Unión Perú

Tabla 12.- Matriz FODA (camote morado)

Fortalezas	Debilidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Fuente de alto contenido nutricional por su composición alimentaria con altos valores de vitamina A, C y combate la desnutrición. 2. Producto aceptado por toda la familia, teniendo gran demanda en el mercado. 3. Producto utilizado de forma medicinal: retarda el envejecimiento, previene el cáncer, es anti-inflamatorio, entre otros. 4. Este producto cumple con los requisitos para obtener certificaciones orgánicas que prueben su alta calidad y lo hagan atractivo para el mercado. 5. Personal profesional capacitado, con supervisión técnica por niveles. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El producto no cuenta con una cartera consolidada de clientes. 2. Dificultad en su conservación, ya que es susceptible a las plagas y a sufrir daños por la humedad. 3. Al ser un acompañante de los alimentos la elaboración en conjunto puede ser un poco dificultosa. 4. Falta de planes operativos. 5. Carencia de tecnología para la producción del camote.
Oportunidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tratado de libre comercio que favorece la comercialización del producto. 2. Clima favorable que permite su crecimiento a lo largo de todo el año. 3. Tendencia de los consumidores a elegir productos naturales y nutritivos. 4. Bajo costo de producción. 5. Nuevos créditos de apoyo para la agricultura y ganadería. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Competidores y nuevos competidores que ingresan al mercado internacional de camote morado. 2. Fenómeno del Niño Costero y amenazas ambientales poco propicias para su desarrollo del producto. 3. Existencia de productos sustitutos. 4. Poca información y falta de promoción sobre los beneficios y valores nutricionales que contiene. 5. Certificación sanitaria, así como certificaciones orgánicas que impone un costo alto a los productores y comercializadores.

Elaboración: Propia

3.1.3 Ficha técnica comercial

La FICHA TÉCNICA es el documento que nos permite medir, costos, rentabilidad, factibilidad, sostenibilidad, datos suficientes para tomar decisiones de desarrollo de actividades de exportación hacia mercados nuevos y ya formados. Es obligatorio el registro de información de los productos de exportación en las actividades comerciales

Tabla 13.- Ficha técnica comercial del camote

FICHA TÉCNICA COMERCIAL CAMOTE	
NOMBRE COMERCIAL	Camote morado
NOMBRE CIENTÍFICO	Ipomoea batata
NOMBRE COMÚN	Boniato, Chaco, Batata, Patata dulce, Camote, Ajes, Mabi, Kumara, Uala, Amala, Satsuma-imo, Sweet pot.
PARTIDA NACIONAL	0714200000
DESCRIPCIÓN FÍSICA	Tubérculo comestible de la raíz de la batata, de color morado de unos doce centímetros de largo, cinco de diámetro y forma fusiforme.
INFORMACIÓN NUTRICIONAL	Cada 100g de camote proporciona de 113 a 123 calorías, de 1.3 a 1.8 g de proteína y 0.048 – 0.084 mg/100 g de Beta caroteno, contiene grandes cantidades de almidón, vitaminas, fibras (celulosa y pectinas) y minerales y destaca entre estos el contenido de potasio, provitamina A (betacaroteno) y las B1, C (ácido ascórbico) y E (tocoferol).
	Anticancerígena, antienvjecimiento, aumenta la leche materna en las mujeres que están alimentando a sus bebés, tratar enfermedades que están relacionadas con deficiencias nutricionales como el escorbuto, facilita la evacuación intestinal, también es medicinal porque cura los hinchazones, infecciones de la piel, caracha, várices, reumatismo,

	antiinflamatorio, vulnerable y la picadura de insectos como chinches y escorpiones.
USOS	Consumo fresco, harina, alcohol, jarabes, glucosa, tintes, almidón, forraje para el ganado.
PRESENTACIÓN COMERCIAL Y ETIQUETADO	El camote morado será 100% orgánico lavado, clasificado, empacado en una caja de cartón de 50 cm x 40cm x 23cm con un peso neto de 10 Kgr. Por caja y almacenado cuidadosamente protegiendo su inocuidad. Etiquetado: De Lote, fecha de vencimiento, identificación del producto, Variedad, Nombre de la empresa, Peso Neto, Registro Sanitario, Ingredientes, Valor nutricional, Condiciones de almacenamiento, Dirección y Teléfonos de la empresa.
VIDA UTIL ESPERADA	La vida útil del camote está estrechamente relacionada con la pérdida de peso, siendo de hecho la principal causa de deterioro.
PRODUCCIÓN DE MATERIA PRIMA	No tiene altos costos por insumos, es apropiado para pequeñas extensiones, soporta condiciones marginales y en términos generales, su rendimiento es aceptable. El Perú tiene la productividad de más alta de la región: 16 toneladas por hectárea.
PRECIO FOB KG INTERNACIONAL	Precio FOB de USD 0.54 por kilogramo - año 2016. Precio FOB de USD 0.71 por kilogramo - año 2015.
ESTACIONALIDAD	Cosecha o recolección del producto a lo largo de todo el año.
MERCADOS DE DESTINO	Principalmente a EEUU, Alemania, Reino Unido, Canadá, España, Brasil, Israel, Australia, Japón y otros países.
PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES	China, Tailandia, Perú, Indonesia, Ghana, Estados Unidos, Brasil, Singapur, Malasia, Países Bajos, y otros países.

Fuente: Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior – Siicex

Elaboración Propia.

3.2 Investigación de mercado de objetivo

3.2.1 Segmentación de mercado objetivo

3.2.1.1 Macro segmentación

PRE SELECCIÓN:

Según información de SIICEX, a continuación, se presentan los diez principales países importadores de camote según la partida arancelaria 071420.

Tabla 14.- Principales países importadores (Expresado en millones US\$)

Nº	País	% Var 12-11	%Part 12	Total Imp. 2012 (millones US\$)
1	Estados Unidos	95%	61%	24.68
2	Canadá	107%	5%	1.87
3	Corea del Sur	-30%	4%	4.73
4	Malasia	41%	3%	1.94
5	Singapur	14%	3%	2.13
6	China	759%	3%	0.26
7	Reino Unido	1%	3%	2.11
8	Japón	58%	2%	1.03
9	Hong Kong	-20%	2%	1.90
10	Francia	-0%	2%	1.20
1000	Otros Países (118)	-79%	12%	47.22

Fuente: SIICEX - COMTRADE

Elaboración propia

De los diez países importadores los tres primeros son EE. UU, Canadá y Corea del sur, de los cuales tenemos acuerdos comerciales con los tres primeros, favoreciéndonos el TLC con Canadá por el arancel 0% del producto a exportar.

Tabla 15.- Principales mercados destino del camote año 2015-2016

Nº	Mercado	% Var 16-15	% Part 16	FOB-16 (miles US\$)
1	Estados Unidos	13%	80%	2,212.83
2	Alemania	226%	6%	173.72
3	Reino Unido	127%	3%	80.55
4	Canadá	-49%	3%	69.99
5	España	3749%	2%	42.14
6	Brasil	--	1%	36.00
7	Israel	--	1%	32.00
8	Australia	81%	1%	24.54
9	Japón	1018%	1%	23.44
10	Otros Países (21)	--	3%	86.63

Fuente: SIICEX - SUNAT.

Elaboración propia

Tomando en cuenta los datos de mercado destino y con relación a la Tabla N° 15 se mantiene la importación del producto y la demanda global del camote, a continuación, se muestran los siguientes tres mercados seleccionados escogidos: Estados Unidos, Canadá y Alemania.

SELECCIÓN

Para la macro segmentación se utiliza como herramienta de análisis el método de factores ponderados en los países pre seleccionados.

La escala de ponderación se encuentra en el rango de 1 a 5 en función del nivel de importancia del atributo (1 para lo menos importante y 5 para lo más importante). Los atributos a analizar son los siguientes: Población, Precio, PBI Per cápita, Demanda, Riesgo país, Barreras Arancelarias, Barreras No Arancelarias, Tendencias, Competencia, Saldo comercial.

Tabla 16.- Selección Del Mercado Objetivo

Variables/Atributos	Estados Unidos	Canadá	Alemania
	Calificación	Calificación	Calificación
1. POBLACIÓN	4	5	3
2. PRECIO	4	4	4
3. PBI per cápita	5	5	4
4. DEMANDA (Peso Neto)	5	4	3
5. RIESGO PAÍS	3	2	4
6. BARRERAS ARANCELARIAS	4	5	3
7. BARRERAS NO ARANCELARIAS	3	5	3
8. TENDENCIAS	3	4	4
9. COMPETENCIA	3	5	3
10. SALDO COMERCIAL	5	5	3
TOTAL	3.9	4.4	3.4

Fuente: Indexmundi, Datosmacro, Market Access Map, Trademap.
Elaboración propia.

Tabla 17.- Resultados de Preselección

RESULTADOS	
PAIS OBJETIVO	Canadá
PAIS ALTERNO	Estados Unidos
PAIS CONTINGENTE	Alemania

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados de la Tabla N°16, muestran a Canadá como el país con mejor ponderación bajo los criterios o atributos expuestos, se ha tomado en cuenta la cercanía Geográfica, la facilidad para acceder a la información de este mercado, la amplitud del mercado y ser uno de los principales del mercado global del producto y de las exportaciones peruanas, por lo que se concluye que este es el mercado objetivo.

3.2.1.2 Micro segmentación

Después del análisis de la macro segmentación y teniendo como resultado que Canadá es el mejor destino objetivo para nuestro producto peruano, mediante los principales puntos de ingreso a Canadá como: Aeropuerto de Vancouver, Puerto de Vancouver, Puerto de Kitimat, Puerto de Vancouver, Puerto de Montreal, Puerto de Belledune. Siendo el Puerto de Vancouver el segundo en el continente norteamericano y el más importante de Canadá, en volumen y cantidad de mercancía.

La economía de la ciudad de Vancouver ha dependido tradicionalmente del sector primario de la Columbia Británica: silvicultura, minería, pesca y agricultura, siendo el poblado originalmente fundado en la década de 1860 como resultado de la inmigración causada por la fiebre del oro del cañón del Fraser, y se desarrolló rápidamente para convertirse en un centro metropolitano después de la llegada del Canadian Pacific Railway en 1887.

El puerto de Vancouver pasó a tener relevancia internacional cuando se completó el Canal de Panamá, lo cual redujo las tarifas de flete en los años 1920 e hizo viable la exportación de las cosechas de granos de las praderas canadienses a través de la ciudad. Desde entonces ha sido el puerto marítimo más importante de Canadá y exporta más cargamento que cualquier otro puerto en Norteamérica.

No obstante, la economía de Vancouver se ha diversificado con el tiempo: ha crecido la industria del turismo, por ejemplo, y se ha convertido en el tercer centro de producción cinematográfica más importante de Norteamérica, después de Los Ángeles y Nueva York, por lo que se ha ganado el apodo de Hollywood North.

Por lo tanto la segmentación será en la ciudad de Vancouver – Canadá.

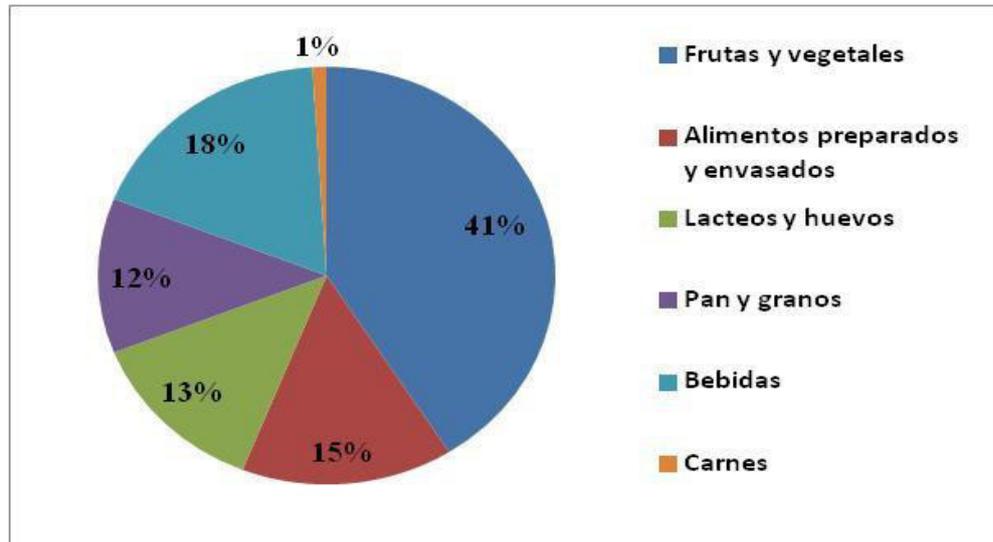


Figura 14.- Distribución de las ventas productos orgánicos en Canadá.

Fuente: MINCETUR- PROMPERÚ

Elaboración propia

Las siguientes Tablas muestran la distribución de las ventas productos orgánicos en Canadá, así como los principales países que exportan a Canadá y las exportaciones peruanas a Canadá y las principales ciudades de este país con mayor consumo de productos naturales y orgánicos.

La principal razón que mueve a los canadienses a adquirir alimentos orgánicos es la salud, lo que explica la importancia de que estos productos cuenten con la certificación necesaria que pruebe que todo el proceso de producción está libre de químicos, explica la fundadora de Organic & Wellness News, Adriana Michael. “Los canadienses se inician en el consumo de alimentos orgánicos por medio de los niños, al buscar que ellos estén saludables”, explicó Michael.

Tabla 18.- Principales países que exportan a Canadá.

Nº	País	% Var	% Part	Total Imp. 2016 (millones US\$)
1	China	506%	45%	28.41
2	Estados Unidos	87%	17%	35.04
3	Perú	20%	15%	48.34
4	Ninguno	13%	7%	24.46
5	Ghana	11%	7%	23.54
6	Nigeria	45%	2%	4.82
7	India	-24%	2%	8.68
8	Corea del Sur	67%	2%	3.78
9	Filipinas	57%	1%	2.65
10	Brasil	358%	1%	0.84
1000	Otros Países (35)	50%	2%	6.17

Fuente: SIICEX - SUNAT.

Elaboración propia

Tabla 19.- Exportaciones Peruanas a Canadá por Tamaño de Empresa

(Cifras en millones de US\$)

Tamaño de Empresa	2008 (Nº)	FOB (mill.)	2009 (Nº)	FOB (mill.)	2010 (Nº)	FOB (mill.)	Part. % N° Emp.	Part. % FOB
Grande	11	1,791.4	14	2,184.8	17	3,182.8	2.9	95.7
Mediana	29	107.4	28	76.6	38	88.6	6.5	2.7
Pequeña	144	44.1	134	42.1	157	45.5	26.7	1.4
Micro	383	6.9	389	7.5	375	7.6	63.9	0.2
Total	567	1,949.8	565	2,311.0	587	3,324.5	100.0	100.0

Fuente: PROMPERÚ

Elaboración propia

Desde el 1 de agosto del 2009 existe un Acuerdo de Libre Comercio entre Perú y Canadá. Un gran conjunto de productos peruanos ingresará con arancel 0%. La rigidez de Canadá para el ingreso de confecciones de todas partes del mundo no se aplica a la oferta peruana, lo cual otorga a las confecciones oriundas de Perú una gran

posibilidad de aumentar su presencia en dicho mercado, participación que hasta el momento es muy baja.

Tabla 20.- Características de la ciudad de Vancouver - Canadá

País	Canadá
Constitución independencia	01 de julio de 1867
Independencia	del Reino Unido
Órgano legislativo	Parlamento de Canadá
Fundación	6 de abril de 1886
Forma de Gobierno	Monarquía parlamentaria federal
Reina	Isabel II
Población Canadiense	35' 151.728 habitantes
Provincia	Columbia Británica
Distrito Regional	Gran Vancouver
Moneda	Dólar canadiense - C\$ CAD
Religión	Cristina, católica, protestante
Idiomas oficiales	Inglés canadiense y francés
IDH Canadá (2016)	0,920 – muy alto
Población (2016)	2.463.431 habitantes
Superficie	114,67 km ²
Densidad	5247,84 hab/km ²
Código postal	V5K
Altitud	Media de 0 - 152 msnm
Gentilicio	vancouverita o vancouverense
PBI (Nominal) 2016	1.381.538M.€
PBI per cápita 2016	US\$ 38,7133
Website	www.Vancouver.ca

Fuente: www.vancouver.ca.

Elaboración propia.

3.2.2 Tendencias de consumo

El consumidor Canadiense - Vancouverense presenta los siguientes hábitos o tendencias de consumo de acuerdo a sus gustos y preferencias:

a. *Productos Orgánicos - Salud*

La salud es un aspecto muy importante en Vancouver -Canadá, por tal motivo se inclinan a la compra y consumo de productos 100% naturales y orgánicos, los ciudadanos canadienses tienen un especial interés en productos que involucren beneficios para la salud y valoran la trazabilidad del producto, prefiriendo productos libres de grasas transgénicas y que no contengan aditivos químicos.

b. *El sabor.*

La encuesta anual desarrollada por el Consejo de Información de Alimentos a Nivel Internacional (The International Food Information Council) estableció que el principal motivador para la selección y compra de alimentos y bebidas por parte del consumidor estadounidense es el sabor.

c. *Calidad vs Precio.*

El consumidor está dispuesto a probar productos novedosos, es exigente, está bien informado y tiene conciencia del cuidado del medio ambiente. Los productos que sean novedosos, eco amigable, funcional y orgánico, serán valorados por su calidad y no por su precio.

d. *Tiempo.*

Un estudio realizado por PROCOLOMBIA sobre *características del mercado y el consumidor canadiense*, indica que cada día los consumidores quieren soluciones más rápidas, el 70% de consumidores de alimentos nutritivos lo hacen porque son fáciles de consumir. En este sentido, las ventas por internet y las aplicaciones móviles ocupan un lugar fundamental en la instantaneidad del consumo.

e. *Calidad - Certificaciones.*

Este consumidor tiene estrictos criterios de selección de producto, para los bienes de consumos duraderos lo más importante es la calidad, seguridad,

prestigio y el precio. Para los productos secundarios o diarios solo es importante el precio.

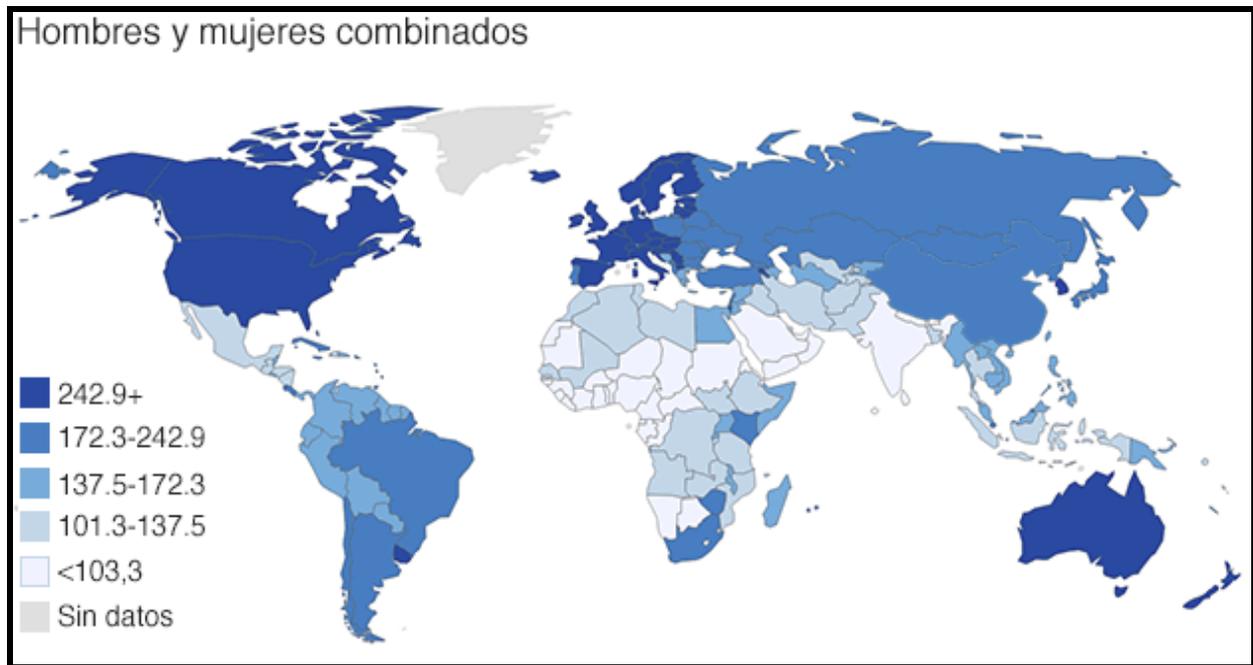


Figura 15.- Incidencias de cáncer en el mundo

Fuente: Globocan- Tasa estandarizada por edad por cada 100.000 habitantes

El cáncer es una de las principales causas de muerte en todo el mundo: cada año fallecen 8,2 millones de personas y hoy viven en el mundo más de 32 millones de pacientes con cáncer.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), el número de nuevos casos de este trastorno seguirá aumentando a pesar de las enormes sumas de dinero que se gastan para combatirlo. La OMS asegura que la cifra de nuevos casos, que cada año suman más de 14 millones, se incrementará 70% en los próximos 20 años.

Cada año mueren 8,2 millones de personas por cáncer., sin embargo, todavía sigue habiendo muchas creencias equivocadas y mitos sobre esta enfermedad. Hay más de 200 tipos cáncer y cada uno tiene síntomas distintos y formas de diagnóstico y tratamiento únicas.

Tabla 21.- Las 10 causas principales de muerte en Canadá

Posición	Causas	Número	%
1	Neoplasias malignas (cáncer)	70.558	29,6
2	Cardiopatías	50.722	21,3
3	Enfermedades cerebrovasculares (accidente cerebrovascular)	13.870	5,9
4	Enfermedades crónicas de las vías respiratorias inferiores	10.923	5,8
5	Accidentes (traumatismos accidentales)	10.234	4,3
6	Diabetes sacarina	7.521	3,2
7	Enfermedad de Alzheimer	6.573	2,8
8	Gripe y neumonía	5.386	2,3
9	Nefritis, síndrome nefrótico y nefrosis (nefropatías)	3.846	1,6
10	Traumatismos autoinfligidos intencionalmente (suicidio)	3.705	1,6

Nota: las causas de muerte se codifican según la 10ª revisión de la Clasificación Internacional de Enfermedades de la Organización Mundial de la Salud (CIE-10).
Fuente: Referencia (13).

Fuente: Statistics Canada

El cáncer y las cardiopatías, las dos principales causas de muerte en Canadá, fueron responsables de 51% de las 238.617 defunciones ocurridas en 2008. El cáncer representó 30% del total de defunciones en 2008, seguido de las cardiopatías (21%) y los accidentes cerebro vasculares (6%).

Estas 10 causas representaron 77% del total de defunciones en 2008, comparado con 80% en 2000.

Por grupos de edad, se observaron diferencias en las principales causas de muerte: las anomalías congénitas en los menores de 1 año, los accidentes (traumatismos accidentales) en las personas entre 1 y 34 años, el cáncer en las personas entre 35 y 84 años y las cardiopatías en los de 85 años o más. En los jóvenes de 15 a 24 años, las tres causas principales de muerte, por orden de importancia, fueron los accidentes, el suicidio y el homicidio.

3.3 Análisis de la oferta y la demanda

3.3.1 Análisis de la oferta

A. Análisis de la producción de camote en el Perú

El Perú posee la mayor diversidad de variedades de camote del mundo, y crece en nuestro país desde hace 10 mil años, al igual que en Centroamérica. El agricultor peruano puede cultivarlo casi todos los días del año. En el Perú, el camote se siembra en la costa, selva y valles interandinos ubicados entre 20 y 2000 metros sobre el nivel del mar.



Figura 16.- Zonas productoras de camote en el Perú

Fuente: Instituto Nacional de Innovación Agraria

En estos últimos años, el área sembrada con este cultivo oscila entre 12,000 a 14,000 hectáreas (10 mil unidades agrícolas), con un volumen de producción de 190 mil a 224 mil toneladas (0.3% del valor bruto de producción agrícola) y un rendimiento promedio de 16 t/ha.

Según registro de estadísticas, la mayor zona de producción de camote en el país es el departamento de Lima, en donde se concentra el 70% de la superficie cultivada; siendo las provincias de Huaral (800 ha) y Cañete (3,500 ha), las principales zonas productoras de camote; las cuales ofertan al mercado capitalino 120 mil toneladas métricas anuales. Los valles del norte chico Huacho, Barranca y Pativilca, poseen menor superficie de siembra (700 ha) y aportan alrededor 12 mil TM para los mercados de Lima.

Los valles costeros de Ancash, cultivan aproximadamente 1,500 hectáreas que aportan al mercado capitalino 24 mil TM. Anuales. En cambio, los valles costeros de los departamentos de Lambayeque y la Libertad registran una superficie de siembra de 2,300 ha, las cuales aportan 25 mil TM al mercado regional del norte. En los valles de Ica y Arequipa cultivan 1000 ha, las cuales producen 16 mil TM.

Tabla 22.- Proveedores de camote

Concesionario	Ubicación	Ruc	Hectáreas	Abastecimiento kgs /Anual.*
AGRO GALS S.A.C.	Huaral	20534111691	10	480,000
AGROBELLOTA E.I.R.L.	Huaral	20571397499	13	624,000
SIEMBRAS PERUANAS S.A.C.	Huaral	20535951111	8	384,000
ATHOS S.A	Huaral	20534111691	15	720,000

Fuente: E Donoso - Huaral.

Elaboración: Propia

La producción de camote de los sembríos concesionados en el año 2012 fue la siguiente: camote morado 1'522,040 kilogramos y camote naranja 3'940,018 kilogramos. Los rendimientos de camote por hectárea oscilan entre 50 y 60 toneladas. (Ministerio de Agricultura (2013).

B. Análisis de exportaciones totales de camote.

Tabla 23.- Principales Empresas Exportadoras de Camote 2015 – 2016

EMPRESA	% Var 16-15	% Part. 16
NATURAL PERU S.A.C.	143%	42%
PRIMA FARMS S.A.C.	-32%	36%
AMAZON HEALTH PRODUCTS S. A.C.	--	4%
PERUVIAN NATURES & S S.A.C.	99%	4%
ECOANDINO S.A.C.	45%	2%
LAS KENTIAS S.A.C.	--	2%
AGROINDUSTRIAS OSHO S.A.C.	--	2%
VILLA ANDINA S.A.C.	-1%	1%
INKANATURA WORLD PERU EXPORT S.A.C.	17%	1%
Otras Empresas (51)	--	1%

Fuente: SIICEX,

Elaboración Propia.

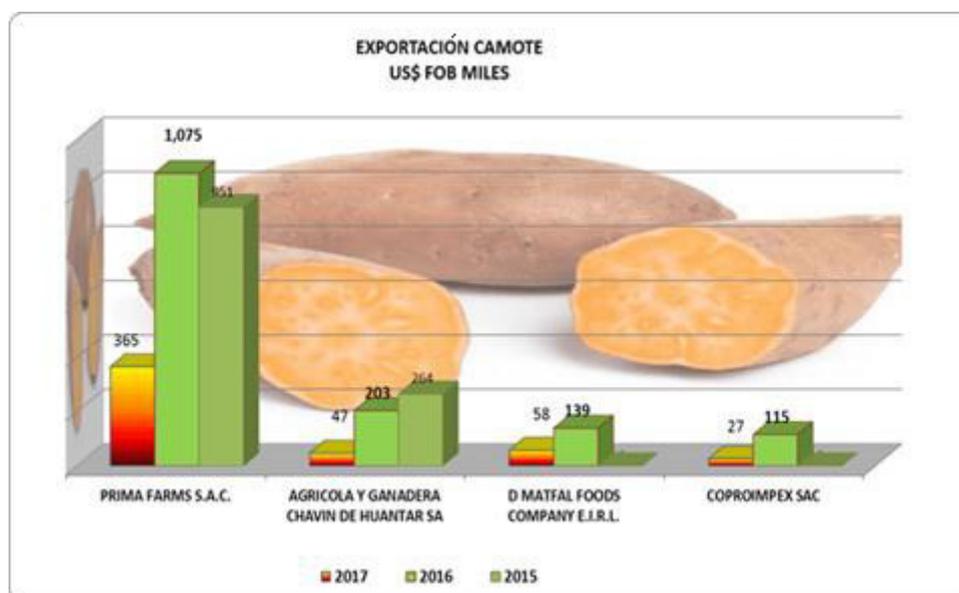


Figura 17.- Exportaciones de camote de empresas peruanas

Fuente: Agrodataperu

Elaboración: Propia.

Tabla 24.- Exportaciones Totales de camotes a Canadá 2016 – 2017

EXPORTACIONES CAMOTE			4			
MES	2,017			2,016		
	FOB	KILOS	PREC. PROM.	FOB	KILOS	PREC. PROM.
ENERO	340,512	537,627	0.63	104,023	337,375	0.31
FEBRERO	175,708	338,210	0.52	194,884	296,240	0.66
MARZO	203,057	313,768	0.65	166,630	254,012	0.66
ABRIL	90,023	270,804	0.33	75,631	203,876	0.37
MAYO	-	-		179,257	292,283	0.61
JUNIO	-	-		140,263	221,974	0.63
JULIO				185,704	314,058	0.59
AGOSTO				194,046	400,482	0.48
SEPTIEMBRE				305,033	503,422	0.61
OCTUBRE				217,404	438,487	0.50
NOVIEMBRE				261,084	487,726	0.54
DICIEMBRE				192,562	524,099	0.37
TOTALES	809,300	1,460,409	0.55	2,216,521	4,274,034	0.52
PROMEDIO MES	202,325	365,102		184,710	356,170	
% CRECIMIENTO ANUAL	10%	3%	4%	-3%	26%	-16%

Fuente: Agrodaperu

Elaboración: Propia.

3.3.2 Análisis de la demanda

Se realizó un análisis de mercado donde se consiguieron grandes compradores en Canadá, los cuales en su mayoría son parte de cadenas de supermercados que para nuestro análisis fueron elegidos como canal de distribución en Canadá por tener mayor alcance en la población y hacer la gestión de publicidad y marketing necesario para penetrar en el mercado. Datos obtenidos mediante estadística permitió conocer que Canadá tiene una creciente demanda en productos orgánicos requeridos por los movimientos veganos y por el mismo gobierno que promueve la alimentación sana.

Mediante los datos recopilados se determinó que el punto de entrada para el camote orgánico de Perú es Vancouver, ya que allí se ubican grandes mayoristas de alimentos orgánicos y supermercados que tiene en sus perchas el producto disponible como por ejemplo Boeuf Merite, Canadawide Fruit Wholesalers Inc, Courchesne Larose, Limitee todos ubicados en esa ciudad además de ser la segunda más

populada del país con buena infraestructura vial para la distribución del producto hacia los demás poblados. Se determinó el costo del envío de contenedores con una consolidadora de carga del país para así reflejar datos fidedignos los costos de envío.



Figura 18.- Mapa de la ciudad de Vancouver- Canadá

Fuente: Vancouver.ca

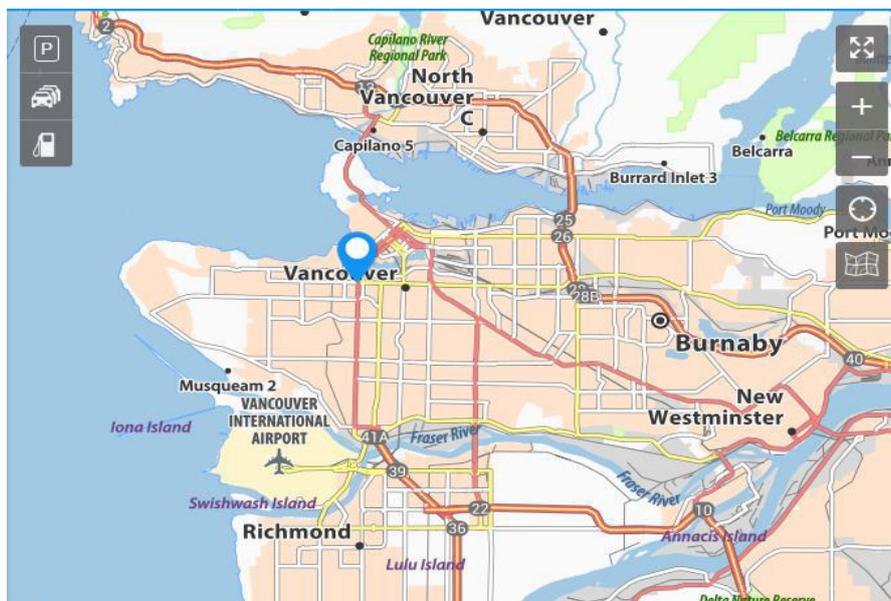


Figura 19.- Mapa de la ciudad de Vancouver- Canadá

Fuente: Google map

Tabla 25.- Proyección lineal de las importaciones de Vancouver

Año	USD millones	% crec.	
2011	28.9	5%	Real
2012	21.2	-27%	
2013	25.4	20%	
2014	32.5	28%	
2015	36.8	13%	
2016	37.09	1%	Proyección
2017	39.8	7%	
2018	42.51	7%	
2019	45.22	6%	
2020	47.93	6%	

Fuente: SUNAT. Elaboración propia.

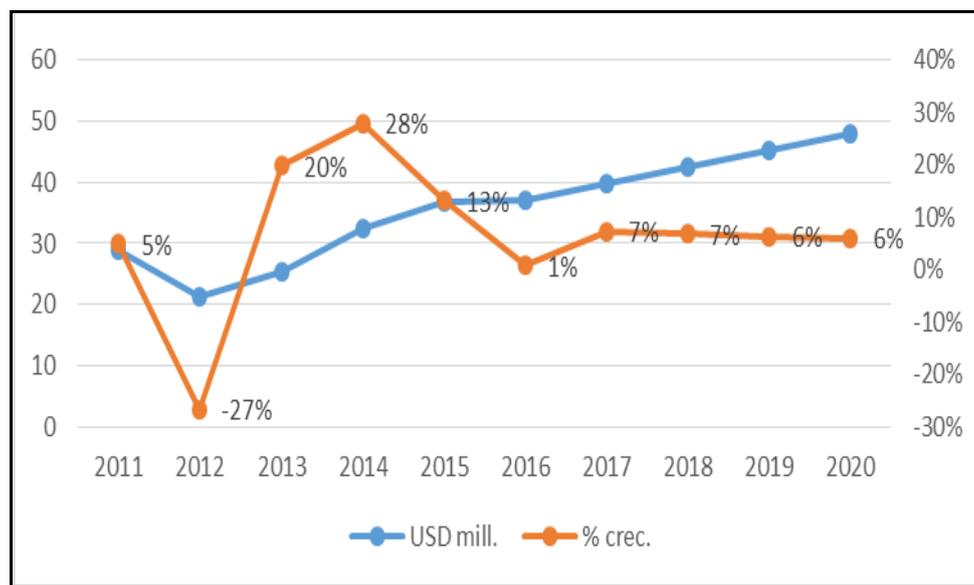


Figura 20.- Proyección lineal de las importaciones de Vancouver

Fuente: SUNAT. Elaboración propia.

3.3.2.1. Análisis de la demanda insatisfecha.

La demanda insatisfecha es la fracción del mercado objetivo que aún no ha sido cubierta o que no se encuentra satisfecha por las marcas que actualmente lo abastecen. Esta proporción de mercado no aprecia los actuales productos ofrecidos y/o aún se ha convertido en un cliente de nuestro producto, siendo potencial consumidor por los beneficios del mismo.

A través de la siguiente estimación de mercados, se determinará qué y se estimarán los volúmenes y precios de venta de nuestros primeros envíos. Luego de haber seleccionado como segmento geográfico objetivo al estado de Vancouver, se procederá a elegir el mercado objetivo que abarcará el presente Plan de Negocio para lo cual se analizarán la población total del mercado geográfico elegido y cinco tipos de mercado: Población, Mercado potencial, Mercado factible (oferta), Mercado efectivo (demanda), Mercado objetivo, Mercado actual.

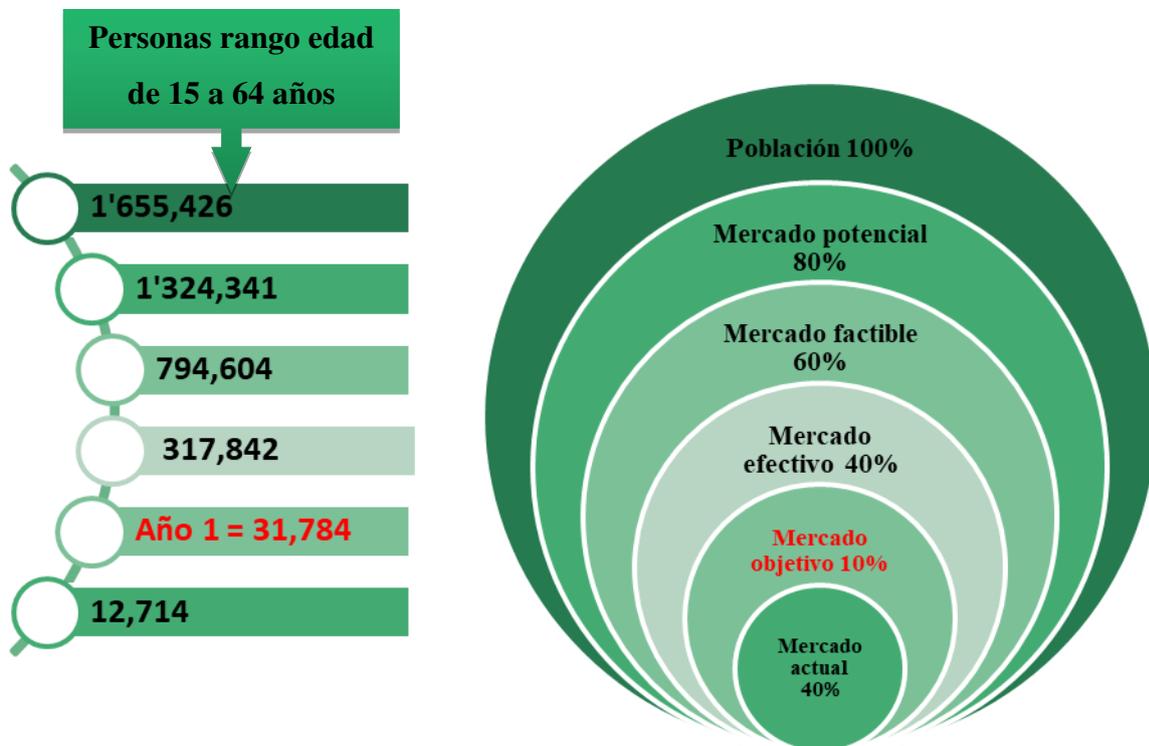


Figura 21.- Cáculo del mercado objetivo.

Fuente: Elaboración propia.

Vancouver cuenta con 2.463.431 habitantes provenientes de orígenes étnicos muy diversos; la lengua materna de la mitad de sus residentes es el inglés, pero el chino y el cantonés son comunes en la ciudad. Igualmente, la ciudad goza de una gran diversidad étnica; hay comunidades chinas, japonesas, coreanas, iraníes e indias de gran importancia, al igual que un gran número de inmigrantes británicos, alemanes, polacos, ciudadanos de la ex Yugoslavia (actualmente, Serbia, Montenegro, Croacia, Bosnia-Herzegovina y de la República de Macedonia) y un buen número de filipinos.

Además, concentra una población de 10 500 hispanohablantes (32 300 en el área metropolitana), según el censo de 2011. Es una de las comunidades más dinámicas en Canadá. Recientemente la ciudad ha crecido rápidamente; así lo demuestra la variación poblacional entre los censos de 2006 y de 2011 (4,4% para la ciudad de Vancouver y 9,3% para la región metropolitana) y se espera que la población metropolitana alcance los 2,6 millones para el 2020.

1. Mercado potencial

El camote es comercializado en Canadá para el consumo humano e industrial. Los camotes morados dulces incluyen cianidinas y peonidinas, que los estudios indican tiene efectos que reducen el crecimiento de células cancerígenas. Interesantemente, estos componentes anti-cancerígenos se encuentran más concentrados en el camote mismo que en la piel y también puede reducir los peligros causados por metales pesados y radicales de oxígeno, incluyendo el mercurio, cadmio y arsénico.

El camote es un producto con bajo aporte en calorías y alto contenido de minerales esenciales. Su principal beneficio es la reducción del colesterol malo y el incremento del colesterol bueno al contener índices aterogénicos muy bajos, lo que significa que no favorece que la grasa se adhiera a las paredes de las arterias. Fuente: Ratser.

El mercado potencial de camote para consumo humano estará dirigido a hombres, mujeres y niños en el rango de edad de 05 a 65 años que tengan principalmente problemas anticancerígena, antienvjecimiento y otras.

Para determinar el mercado potencial del presente estudio expresado en número de personas, primer se calculó la población de Vancouver.

Tabla 26.- Población de Vancouver – Canadá

Rango de edades	Participación	Población
0 - 14 años	15.50%	381,832
15 - 24 años	12.70 %	312,856
25 - 54 años	41.00 %	1,010,007
55 - 64 años	13.50 %	332,563
65 años a más	17.30%	426,174
Total	100%	2,463,431
		2,463,431

Fuente: CIA World Factbook

Elaboración: Propia

Asumiendo que el 10% de la población seleccionada entre las edades de 15 a 64 años, que prefieren alimentarse adecuadamente y cuidar su salud para prevenir ante una posible enfermedad cardíaca, a continuación, se estima la población que demandaría productos de consumo que reduzcan los efectos negativos de estas enfermedades.

Tabla 27.- Población 05 – 65 años de Vancouver con enfermedades

Sufre de enfermedad cáncer y cardiopatía	Participación	Población Vancouver
Sí	10%	165,543
No	90%	1,489,883
Total	100%	1,655,426

Fuente: Census.gov

Elaboración: Propia

Tamaño del mercado potencial.

El mercado potencial de la presente investigación está conformado por 1'324,341 personas siendo el 80% de la población designada que viven en la ciudad de Vancouver, que tienen entre 05 y 65 años.

Consumo per cápita Vancouver.

Según el estudio de alcance global “Mercado de Frutas y Vegetales”, publicado en febrero del 2015 por Organic Agriculture Center of Canadá, en Canadá el consumo por persona es del 70% y 80% de productos naturales y orgánicos importados.

Gasto promedio.

Para determinar el gasto promedio del consumidor canadiense de los productos que importan para el consumo, la cual se listará de acuerdo a la tabla siguiente:

Tabla 28.- Gasto del consumidor de Canadá: 1990-2015.

Rubro	1990	1995	2000	2005	2010	2015
Alimentos y bebidas no alcohólicas	41,975	47,418	56,298	67,362	75,690	85,513
Bebidas alcohólicas y tabaco	17,551	17,644	21,269	26,870	31,125	35,509
Prendas de vestir y calzado	23,668	26,149	30,757	34,811	40,189	47,159
Vivienda	88,192	113,672	134,464	157,510	164,330	183,540
Artículos del hogar y servicios	26,713	28,448	36,965	48,848	53,478	58,608
Art. salud y servicios médicos	13,036	17,995	24,339	32,141	37,983	44,442
Transporte	53,799	60,529	87,871	103,101	114,243	130,173
Comunicaciones	6,483	8,068	12,085	16,799	19,411	21,243
Ocio y recreación	34,785	44,456	60,196	75,399	84,337	96,923
Educación	1,743	2,744	7,423	9,540	11,024	12,822
Hoteles y catering	28,207	33,198	43,761	53,186	59,634	62,739
Art. diversos y servicios	27,828	38,671	54,370	68,363	73,299	80,801
TOTAL	363,980	438,992	569,798	693,930	764,744	859,472

Fuente: Euromonitor

Elaboración: Propia.

2. Mercado factible (oferta)

El mercado factible es la fracción de mercado que nuestro producto podrá abarcar considerando la participación actual de marcas abastecedoras de camote y de productos sustitutos.

A continuación, se presenta la lista de abastecedores actuales y su referencial participación de mercado según adopten estrategias de costos o de penetración considerando el precio promedio de venta en dólares:

El grupo de empresas que utilizan estrategias de marketing en base a costos son quienes ofertan productos cuyo precio promedio se encuentra por debajo del precio promedio del mercado; para la presente investigación, USD 05.91 USD por 2 libras. En el mercado actual, la empresa peruana Sweet Perú, si bien ofrece productos en su mayoría certificados como orgánicos, su amplia oferta exportable les permite ser competitivos en costos y abarcar gran parte del mercado total de camote en Vancouver, aproximadamente 10% del mercado potencial total calculado en referencia a sus envíos anuales.

En contraparte, las empresas que optan por las estrategias de diferenciación, emplean ellas ya que ofrecen productos basados en la optimización de la calidad, excelente diseño del empaque del producto, entre otras características que generan un precio de mercado por encima del promedio. En el mercado actual son tres las marcas que ofrecen sus productos a precios por encima del promedio. Andes Organics, incluso se ofrece a precios que duplican el promedio pues su mercado son personas de clase más alta y privilegiada económicamente.

El mercado factible está representado por el porcentaje de la demanda insatisfecha que aún no se encuentra abastecido por el producto a pesar de que tenga el interés en comprarlo o que no se encuentre a gusto con las marcas existentes. Acorde análisis realizado, un 60% del mercado potencial sería factible.

3. Mercado Efectivo (demanda)

A través de una herramienta de encuestas online se tabularon las respuestas de consumidores que estarían dispuestos a consumir camote como alimento nutricional y preventivo al cáncer y envejecimiento y otras enfermedades.

Asimismo, a quienes respondieron que sí, se les consultó si estarían dispuestos a comprar una nueva producto de camote morado, que sea de origen peruano y cuyo precio sea ligeramente más alto al precio promedio de mercado.

Teniendo en cuenta que el 40% de la muestra encuestada estaría interesado en adquirir camote propuesto en el presente Plan de exportación.

4. Mercado Objetivo

Una vez calculado los mercados factible y efectivo en la presente investigación, se podrá conocer la demanda máxima que nuestro producto podrá alcanzar en un largo plazo en el mercado de Vancouver.

Si según factibilidad, dada la presencia de marcas posicionadas, podríamos obtener un mercado representado por 317,82 personas que estén dispuestas a consumir en promedio nuestro producto al año, esta hipótesis es contrarrestada por la efectividad dispuesta a consumir nuestro producto en el mercado. El máximo que podremos abarcar del mercado serían 31,784 personas que comprenden el 10% del mercado efectivo de los demandantes totales del producto.

Al contar con mercado potencial con el 10% del mercado efectivo – 31784 personas, se ha definido que al primer año se proyectará una cobertura del 40% del mercado actual, igualando la participación de algunas empresas que actualmente abastecen.

5. Mercado Actual

El mercado actual de abastecimiento de nuestro producto es de “40 % del mercado objetivo”.

3.4 Estrategias de ventas y distribución

3.4.1 Estrategias de segmentación

En el presente Plan se han utilizado tres variables de segmentación para definir el público objetivo/consumidor de nuestro producto: geográficas, psicográficas y demográficas.

1. Segmentación geográfica.

Se utilizó la macro segmentación geográfica para determinar el país destino de nuestro producto; se evaluaron básicamente dos factores, importaciones mundiales de la materia prima y exportaciones peruanas del producto terminado. Tras ello, se pre seleccionaron tres países potenciales de penetración, en los cuales se analizaron variables macroeconómicas y de acceso al mercado.

Este análisis dio como resultado que Canadá será el principal país de enfoque de camote morado.

Teniendo en cuenta que Canadá es un país que consumen productos naturales y orgánicos, con requisitos comerciales y costumbres distintas, se utilizó la micro segmentación geográfica para conocer que provincias o ciudades será el mercado geográfico objetivo de nuestro producto y, tras analizar las importaciones canadienses de la materia prima según ciudad de destino, y otros variables como población, PBI per cápita, ente otras, se determinó que el micro segmento geográfico de nuestro Plan estará enfocado en la ciudad de Vancouver.

2. Segmentación psico - gráfica.

La segmentación psico- gráfica es la delimitación del público objetivo dentro de un mercado en base a su estilo de vida, costumbres y

necesidades. Así, se definió que, acorde a las propiedades principales de nuestro producto, éste estará dirigido a personas propensas a sufrir enfermedades cancerígenas y de envejecimiento y/o que tengan problemas de colesterol.

3. Segmentación demográfica.

Una vez definido el destino geográfico de nuestro producto y el perfil del consumidor, se segmentó la población objetiva según edad potencial de consumo, siempre enfocado en los beneficios del producto.

3.4.2 Estrategias de posicionamiento

A corto plazo, la exportación del producto del presente plan se llevará a cabo utilizando el producto del importador canadiense. No obstante, a mediano plazo se buscará que la marca implementada se posicione dentro del mercado considerando los siguientes factores: diferenciación y beneficios relevantes para el consumidor, dada la actual presencia de marcas peruanas.

El enfoque estará basado en los atributos de nuestro producto el cual proviene de una materia prima certificada y producida con los más altos estándares de calidad.

El objetivo es encontrar el posicionamiento en el mercado neoyorquino ofreciendo un producto 100% natural, con propiedades beneficiosas para la salud y con el cumplimiento de las regulaciones de importación del mercado.

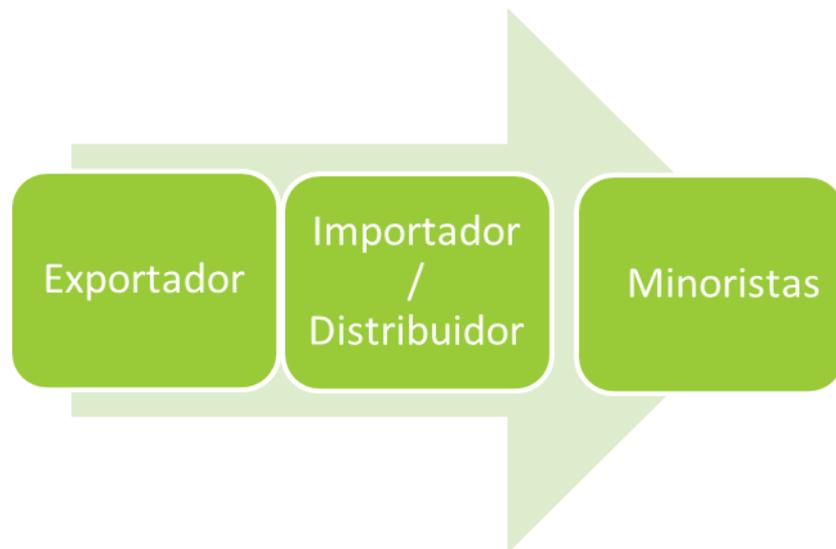
3.4.3 Estrategias de distribución

Para acceder a los clientes en nuestro mercado objetivo, es necesaria la participación de un importador/distribuidor que se encargará de ubicar los productos a través de canales minoristas supermercados que, según la naturaleza de nuestro producto son dos: supermercados y tiendas naturistas.

Vancouver

Loblaws Companies Ltd.: Comercializa más de 5.000 productos que reflejan su imagen corporativa a través de un grupo de empresas subsidiarias y marcas privadas (private label) como President's Choice y No Name, Club Pack, Too Good to be True y Exact, ampliamente conocidas por los consumidores canadienses.

Esta cadena ha situado la marca privada entre los productos de mayor calidad. Loblaws ha desarrollado una política de expansión a través de adquisiciones de otras cadenas, como es el caso de Maxi/Provigo, que abastece a la provincia de Quebec. Esto lleva a que Loblaws controle cerca del 40% del mercado canadiense.



3.5 Estrategias de promoción

a. Herramientas virtuales.

Como parte de la inversión en promoción y publicidad se creará una página web que brinde información de la empresa y de la trazabilidad de la producción de camote morado.

Asimismo, a través de la página web en dos idiomas (inglés y español) se promoverá el uso del e-commerce, herramienta comercial muy poderosa en

Canadá que el año 2013 logró ventas superiores a los 263,300 millones de dólares, con un incremento del 16,9% con respecto al año anterior y con una expectativa de crecimiento del 15.5% para los siguientes años.

También se incentivaré la promoción y el reconocimiento de marca de nuestro producto a través de un Fan Page (Facebook.)

b. Participación en ferias internacionales.

Perfil de la feria: Eat Vancouver 2015, Canadá

En Eat Vancouver 2015, se pudo encontrar con cientos de exhibiciones para examinar, probar y comprar Además de cocineros famosos, restaurantes populares locales, bodegas, fabricantes de alimentos y bebidas, autores de libros de cocina, comerciantes, artesanos y muchos otros en el mundo culinario.

En Eat Vancouver 2015, se pudo encontrar con alimentos, experiencias únicas, oportunidades de aprender magia culinaria detrás de cocineros profesionales, entretenimiento dinámico a través de cocinero de celebridad demostraciones de cocina y competencias culinarias, diversos alimentos, bebidas y cocina relacionadas con exposiciones; y por supuesto fantástico compras de oportunidades.

En Eat Vancouver 2015 se pudo conocer las últimas novedades e innovaciones relacionas con el sector de la alimentación y la gastronomía.

Indicar que en esta feria se dio cita los mejores profesionales y especialistas del sector, siendo por lo tanto un evento especialmente indicado tanto para ellos (los profesionales) como para los aficionados al mismo, de ahí que se haya convertido en un evento de gran importancia dentro del sector.

El **SIAL Canadá** es un escaparate para la innovación y es una plataforma de negocios en Canadá. Esta feria es un líder mundial en la industria alimentaria. Con expositores de la genzen mundo es el SIAL Canadá el evento para la

industria alimentaria y la muestra de alimentos fabricantes, distribuidores, importadores, mayoristas y minoristas, y Verttretern institucional y comercial de catering las últimas tendencias en este sector. La SIAL Canadá tiene lugar anualmente, y por eso por 14ª vez previsiblemente en mayo 2018 en Toronto.

3.6 Tamaño de planta, factores condicionantes

3.6.1 Tamaño del proyecto y maquinarias

El tamaño del proyecto se ve influenciado por 3 variables, las cuales son el mercado, la tecnología, la disponibilidad de insumos (materia prima), el financiamiento, el costo unitario y la rentabilidad.

Inicialmente Sweet Potato S.A.C., tercerizará el proceso de limpieza del camote. El tamaño del mercado es el factor principal ya que este definirá el tamaño del proyecto, dado, que este debe adecuarse a la demanda creciente, otra alternativa es determinar al menos tres proveedores (tercerización) para contar con alternativas de costos y cubrir la demanda creciente en un posible escenario favorable en ventas.

La empresa está pendiente de la creciente demanda de productos orgánicos y de la industria, por lo cual se incrementará la capacidad de los proveedores, de ser necesario.

A continuación, se presenta las maquinarias con las que el principal proveedor cuenta para llevar a cabo el programa de limpieza de camote:

1. Máquina lavadora (100 kg): Se adquirirá dicha máquina con el propósito de limpiar el camote de las impurezas enviadas por el proveedor.
2. Máquina secadora (100 kg): Se adquirirá dicha máquina para ser usada en el proceso de secado luego del lavado.
3. Balanza electrónica (30 kg): Se contará con una balanza para pesar la materia prima y a su vez realizar el control de calidad.

Tabla 29.- Capacidad Instalada de Maquinaria y Equipos

PROCESO	TIEMPO TOTAL (MIN)
Lavado	8
Secado	4
Tiempo de reposo	10
Realización clasificación	2
Empacar	2
Envasado	2
Etiquetado	2
Total de minutos	30

Elaboración: Propia

3.6.2 Descripción y diagrama de flujo de proceso de producción

Se tienen tres macro procesos generales, los cuales son la recepción de la materia prima (camote), control de calidad de la misma, la producción y la distribución. A continuación, se explican los procesos mencionados:

a. Recepción y control de calidad de la materia prima.

Se considera que este es un punto fundamental y de partida para la producción de camote, ya que se debe asegurar la calidad de la materia prima, cuidando siempre que esta se encuentre en perfectas condiciones. Los camotes son enviadas desde Huaral, dicho insumo ya ha pasado por los procesos de limpieza, secado y empacado en esta presentación final enviada a la planta procesadora del proveedor que empaquetará el producto, se verifica que el pedido y despacho sea el correcto.

b. Producción.

Para comenzar la selección de camote, siendo ya facilitados los procesos de limpieza, secado y empacado del camote por nuestro proveedor de materia prima, se procede a realizar clasificación para

seleccionarlos por tamaño, posterior a ello se realiza el curado para que tenga una temperatura adecuada y humedad. Luego se llenará en cajas de cartón de 50 cm x 40 cm x 23cm sin parafinar con peso neto de 10 kgr.

c. Distribución.

Finalmente, luego de todo el proceso anteriormente mencionado obtenemos como resultado nuestro camote morado 100% orgánico, se recoge del almacén de producción, se realiza la verificación del lote correcto según pedido e inmediatamente es llevada para despacho de exportación.



Figura 22.- Flujo de procesos de la empresa Sweet Potato S.A.C

Elaboración propia

4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

4.1 Envases, empaques y embalajes

Para fines de exportaciones el camote morado será lavado y clasificado según tamaño, esperando que se seque antes de empezar a empacarlo:

a. Producto:

Es un camote morado común, tiene el color morado en la parte exterior y la pulpa, 100% orgánico respetando el exigente paladar nacional y extranjero con el fin de compartirlo en familia, se podrá encontrar en tamaño mediano de 12 a 15 cm (6 pulgadas) con un peso de 100 a 120 gramos cada camote, acompañamiento ideal el desayuno, almuerzo y en dulces entre otros.

Especificaciones de calidad:

- Máximo de 10% sin piel
- Menos de 5% de daño leve cicatrizado de insectos
- Sin golpes
- Sin daño de hongos

El camote no lleva ningún producto aplicado de pos cosecha ya que no existe ningún registro de producto y no puede tener ningún residuo de producto.

b. Empaque y curado:

Nuestro producto será vendido en cajas de cartón con la medida de 50 cm x 40cm x 23cm con un peso neto de 10 Kgr. (22.1 libras) por caja y almacenado cuidadosamente protegiendo su inocuidad.

El curado se hace inmediatamente después del lavado a una temperatura de 29.6°C con 90 a 95 % de humedad relativa por 3 a 7

días. Durante los días de curado el área donde se cura el camote tiene que tener un recambio de aire en un 100% para evitar tener problemas de saturación de humedad y así con ello evitar pudriciones.

El curado no es más que darle un poco de tiempo al camote a que vuelva a formar piel a donde la pelamos. Al igual que nosotros, la piel le sirve para protegerse de infección por algún patógeno que pueda causarle una pudrición.

La finalidad del envase es el de contener, proteger y conservar el aceite, además de servir para informar al consumidor Sweet Potato S.A.C., busca ser un producto de natural y orgánico cumpliendo con todos los requerimientos y para ello no solo debemos enfocarnos en nuestro producto sino también en la practicidad de su empaque.



Figura 23.- Lavado y secado del camote

Fuente: Fintrac CDA



Figura 24.- Empaque de embalaje primario

Fuente: Fintrac CDA

c. Embalaje de distribución:

Se unitarizarán las cajas (embalaje primario) en pallets estándar.



Figura 25.- Embalaje de distribución internacional

Fuente: Google imágenes

4.2 Diseño de rotulado y marcado

El gobierno de Canadá exige colocar etiquetas en los alimentos envasados, para que en estos se pueda mostrar la información completa y precisa sobre sus características, para el consumidor esta información debe encontrarse legible y ser comprensible.

La Ley de Empaquetado y Etiquetado para el Consumidor (Consumer Packaging and Labelling Act; R.S. 1985, c. C-38) define los requisitos de etiquetado para los productos procesados que se comercializan en Canadá. Etiquetado General. Toda la información presente en las etiquetas debe ser fácil de leer y presentarse de manera clara y visible. Dado que Canadá reconoce al francés y al inglés como sus idiomas oficiales, toda la información deber estar escrita en ambos idiomas.

En lo que a las unidades de medición se refiere deben responder al sistema métrico internacional. Los elementos por considerar en el etiquetado general son los siguientes:

- Nombre común del producto.
- Declaración de la cantidad neta.
- Nombre y dirección del fabricante, envasador o distribuidor.
- Lista de ingredientes, enumerados en orden descendente según la cantidad presente en el alimento.
- Vida útil. Se requiere una declaración “Best-before”, para aquellos productos que tienen una vida útil igual o menor a 90 días.
- País de origen.
- Tabla nutricional.

Fuente de Información:

Canadian Food Inspection Agency - CFIA

<http://www.inspection.gc.ca/english/toce.shtml>

Paso 1: Portal principal del CFIA; Paso 2: Food; Paso 3: Labelling; Paso 4: Guide to food labelling and advertising.

Fuente de Información:

Department of Justice Canada

<http://laws.justice.gc.ca>

Paso 1: Portal principal del Department of Justice Canadá; Paso 2: Related Resources; Paso 3: Food and Drug Regulations (C.R.C., c. 870); Paso 4: Labelling.

La CFIA ha establecido ciertos requisitos específicos para el etiquetado de algunos productos, como por ejemplo para las frutas y verduras frescas, aditivos, bebidas alcohólicas, huevos, pescados, entre otros.

Fuente de Información:

Canadian Food Inspection Agency - CFIA

<http://www.inspection.gc.ca/english/toce.shtml>

Paso 1: Portal principal del CFIA; Paso 2: Food; Paso 3: Labelling; Paso 4: Labelling of specific foods.

A. Etiquetado Nutricional.

Las enmiendas realizadas a ley de medicamentos y alimentos (Food and Drug Act) establecieron que, a partir del 12 de diciembre del 2005, la presencia de información nutricional en las etiquetas de los alimentos preempacados será obligatoria. Los componentes que se deben indicar en esa información son los siguientes:

Porción, Calorías, Grasa, Grasa saturada, Ácidos grasos trans, Colesterol, Sodio, Vitaminas, entre otros.

Fuente de Información:

Canadian Food Inspection Agency - CFIA

<http://www.inspection.gc.ca/english/toce.shtml>

Paso 1: Portal principal del CFIA; Paso 2: Food ; Paso 3: Labelling; Paso 4: Guide to food labelling and advertising; Paso 5: Chapter 5: Nutrition Labelling.

Afirmaciones del Contenido Nutricional.

Son afirmaciones o expresiones que describen directa o indirectamente, el nivel de un nutriente en un alimento o en un grupo de alimentos. Se aplican tanto para los alimentos vendidos al detalle como para aquellos vendidos en restaurantes o en otros servicios de alimentación. En Canadá, el uso de las afirmaciones de contenido nutricional está limitado a las que están aprobadas por la CFIA por medio de las regulaciones para alimentos y medicamentos (Food and Drug Regulations, FDR).

Fuente de Información:

Canadian Food Inspection Agency - CFIA

<http://www.inspection.gc.ca/english/toce.shtml>

Paso 1: Portal principal del CFIA; Paso 2: Food ; Paso 3: Labelling; Paso 4: Guide to food labelling and advertising; Paso 5: Chapter 7: Nutrient Content Claims

B. Etiquetado de Productos frescos

Las regulaciones para frutas y vegetales frescos (Fresh Fruit and Vegetable Regulations) definen los requisitos de etiquetado para los productos frescos preempacados y para los embalajes de productos frescos.

A continuación, se presenta un listado de los elementos por considerar según las normas canadienses:

Productos frescos preempacados

- La información debe presentarse en inglés y en francés, ya que ambos son idiomas oficiales.
- Nombre común del producto y variedad.
- Cantidad neta, por número, peso o volumen. En Canadá, se utiliza el sistema métrico internacional.

- Nombre y dirección del productor o de la persona que comercializa los productos en Canadá.
- Grado de calidad, si aplica.
- País de origen (con la leyenda “Product of ...”).

Las zanahorias, cebollas, papas, entre otros, pueden ser pre empacados, de acuerdo los estándares indicados en el Schedule II de la Reglamentación de Frutas y Verduras Frescas.

Fuente de Información:

Canada Food Inspection Agency-CFIA)

<http://www.inspection.gc.ca/>

Paso 1: Portal principal del CFIA en inglés; Paso 2: Food; Paso 3: Processed Products; Paso 4: Food and Drug Regulations; Paso 5: Act or Regulation on the Department of Justice website; Paso 6: Food and Drug Regulations (C.R.C., c. 870); Paso 7: Schedule II.

C. Embalaje de los productos frescos

- Nombre común del producto.
- Cantidad neta.
- Grado de calidad, si aplica.
- Nombre completo y dirección del productor o empacador del producto.
- País de origen (con la leyenda: “Product of ...”).
- La información puede presentarse en inglés o francés.

Fuente de Información:

Canadian Food Inspection Agency - CFIA

<http://www.inspection.gc.ca/>

Paso 1: Portal principal del CFIA en inglés; Paso 2: Food ; Paso 3: Fresh fruits and vegetable ; Paso 4: Canadian Import, Export and Interprovincial Requirements; Paso 5: Labelling requirements.

Fuente de Información:

Department of Justice Canada

<http://laws.justice.gc.ca>

Paso 1: Portal principal del Department of Justice Canada; Paso 2: Regulations by title ; Paso 3: C.R.C., c.285.

Directamente puede acceder a la información sobre etiquetado a través de este enlace:

<http://laws.justice.gc.ca/en/C-0.4/C.R.C.-c.285/index.html>

Para tener claro los conceptos, aquí detallamos dos ejemplos:

- Los espárragos son enviados en atados, en este caso la cinta que envuelve el atado - vendría a ser el pre empaque y el embalaje sería, las cajas de cartón corrugado.
- Las uvas son enviadas en bolsas de plástico, en este caso la bolsa plástica transparente sería el pre empaque y el embalaje sería, las cajas de cartón corrugado.

Normas de etiquetado y empaque.

D. Envases Preestablecidos

Las regulaciones para frutas y vegetales frescos establecen que se debe respetar los tamaños preestablecidos para los envases de los siguientes productos pre empacados: remolacha, zanahorias, cebollas, chirivías (parsnips), melocotones, papas y colinabos (rutabagas).

En el caso de productos importados, no se pueden comercializar dentro de Canadá en envases que tengan un peso neto mayor a 50kg. Las manzanas son la única excepción y su peso neto no podrá ser mayor a 200kg. Los tamaños de los envases preestablecidos se pueden ver en <http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/C.R.C.-c.285/page-9.html#anchors:3>.

Fuente de Información:

Canadian Food Inspection Agency - CFIA

<http://www.inspection.gc.ca>

Paso 1: Portal principal del CFIA en inglés; Paso 2: Food ; Paso 3: Fresh fruits and vegetable ; Paso4:Canadian Import, Export and Interprovincial Requirements; Paso 5: Estándar containers.

Hechos Nutricionales

Tamaño de la Porción: 100 g

	por porción
Kilojulios	477 kJ
Calorías	114 kcal
Proteína	1,94 g
Carbohidrato	19,97 g
Fibra	3,2 g
Azúcar	8,11 g
Grasa	3,26 g
Grasa Saturada	0,635 g
Grasa Poliinsaturada	1,007 g
Grasa Monoinsaturada	1,007 g
Colesterol	0 mg
Sodio	60 mg
Potasio	457 mg

Desglose de Calorías:

Carbohidrato (68%)

Grasa (25%)

Proteína (7%)

6% de IDR*
(114 cal)

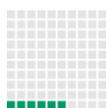


Figura 26.- Contenido de la etiqueta del producto



Figura 27.- Caja con camote morado a exportar

Fuente: Fintrac CDA

4.2.1 Diseño del rotulado

El rótulo de los productos es cualquier marbete, marca u otra materia descriptiva o gráfica, que se haya escrito, impreso, estarcido, marcado en relieve o en bajo relieve o adherido al producto, su envase o empaque, destinada a informar al consumidor sobre las características de un alimento.

El rotulado debe contener la siguiente información:

- a) Nombre o denominación del producto.
- b) País de fabricación.
- c) Si el producto es perecible:
 - Fecha de vencimiento.
 - Condiciones de conservación.
 - Observaciones.
- d) Contenido neto del producto, expresado en unidades de masa o volumen, según corresponda.
- e) En caso de que el producto, contenga algún insumo o materia prima que represente algún riesgo para el consumidor o usuario, debe ser declarado.
- f) Nombre y domicilio legal en el Perú del fabricante o importador o envasador o distribuidor responsable, según corresponda, así como su número de Registro Único de Contribuyente (RUC).
- g) Advertencia del riesgo o peligro que pudiera derivarse de la naturaleza del producto, así como de su empleo, cuando estos sean previsibles.
- h) El tratamiento de urgencia en caso de daño a la salud del usuario, cuando sea aplicable.

En las operaciones de manipuleo, se usa símbolos denominados “pictogramas”, las cuales son indicaciones abreviadas (se utilizan gráficos, marcas o ilustraciones) que permiten identificar algunos detalles relativos a las mercancías de exportación.

Para el caso de la carga aérea, los pictogramas, debe hacerse en idioma inglés. Salvando las barreras de los idiomas permiten tomar precauciones en las operaciones de manipuleo a que se somete las mercancías durante el transporte. Puede realizarse de modo manual utilizando matrices impresas en las cajas de preferencia, para identificar y facilitar el manipuleo, transporte y almacenamiento.



Figura 28.- Pictogramas ISO-700

Fuente: Siicex

4.2.2 Diseño del marcado

Está en estrecha relación con el embalaje y sujeto a estándares internacionales. Los elementos que deben figurar en las marcas, fueron señalados por la Asociación Internacional para la Coordinación del Manejo de la Carga (International Cargo Handling Coordination Association, -ICHCA-) en 1962.

- Marcas estándar o especiales: Nombre y dirección del consignatario, Número de Referencia, Puerto o aeropuerto de descarga País y lugar de Descarga. Para el caso de uso postal no es necesario colocar el puerto o país de descarga

- Marcas informativas o adicionales: Número de cada bulto en un lote. Permite identificar a cada uno de los bultos pertenecientes a un mismo cargamento; cubierto por un conocimiento de embarque con la misma marca principal, Peso Bruto y Neto Dimensiones, Puerto o aeropuerto de carga, País de carga, Vehículo y Contenido.
- Marcas de manipuleo y auxiliares: Instrucciones para el manipuleo mediante el uso de símbolos internacionalmente aceptados que advierten peligro, fragilidad, contenido, etcétera. a) Para una aplicación del marcado se deben tener en cuenta la norma ISO 7000 b) Siempre que sea posible se debe utilizar el sistema métrico. c) Los materiales que se usan son: pintura indeleble, rótulos, placas, entre otros). d) Debe cumplirse con las características de legibilidad, localización, suficiencia y conformidad.
- Las marcas del consignatario y las marcas de puerto de destino y trasbordo deben ser grandes, claras e impresas con tinta a prueba de agua. Deben ser aplicadas en tres caras del embalaje preferentemente lados, o extremidades y arriba.

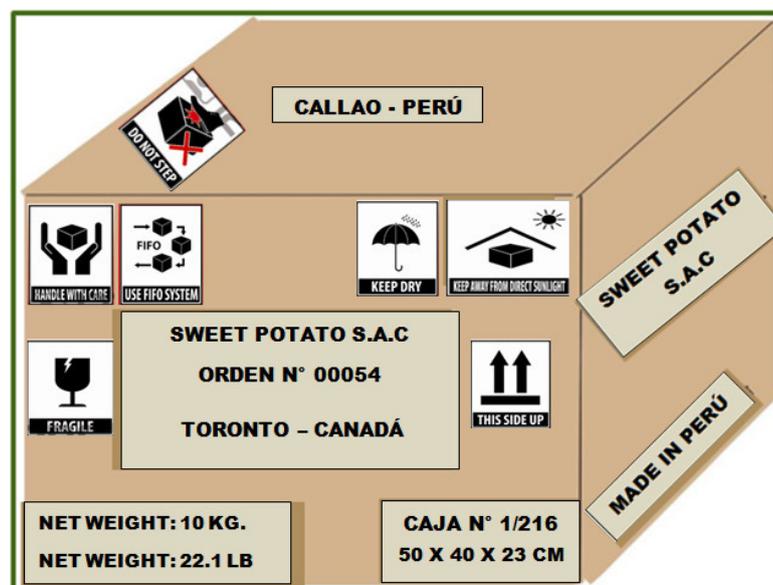


Figura 29.- Diseño del marcado de las cajas.

Elaboración propia

4.3 Unitarización y cubicaje de la carga

Habiendo definido un mercado objetivo que demanda 40,816 unidades de 250 ml en el primer año, se ejecutarán en cuatro exportaciones de ocho pallets cada una.

A continuación, se va calcular la unitarización y cubicaje de cada exportación:

1. Unitarización

Para la optimización de la carga a exportar se debe definir qué procedimientos de unitarización se emplearán para el encajado y paletizado de la carga.

2. Encajado.

Las exportaciones de camote morado, generalmente se transporta y se presenta en cajas de cartón teniendo en cuenta que el encajado para la Empresa Sweet Potato S.A.C las cajas de cartón de corrugado doble contarán con la medida de 50 cm x 40cm x 23cm con un peso neto de 10 Kg. (22.1 libras) por caja y almacenado cuidadosamente protegiendo su inocuidad.



Figura 30.- Embalaje y encajado para la distribución internacional.

Fuente: Google imágenes.

3. Paletizado.

Las cajas se unitarizarán en pallets de tipo standard cuyas medidas son: 120 cm de largo, por 100 cm de ancho, por 14.5 cm de alto., con un peso de 20 Kilogramos.

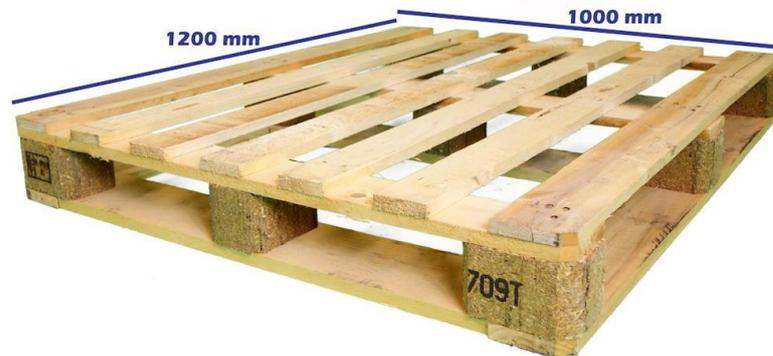


Figura 31.- Pallet Standard

Fuente: Europalet

Tabla 30.- Descripción del pallet standard

DESCRIPCIÓN DEL PALLET STANDARD	
Peso:	20 kilogramos
Carga estática:	2000 kilogramos
Carga dinámica:	1000 kilogramos
Materia prima:	madera de pino
Colores:	Madera
Tratamiento térmico:	Para exportación (NIMF-15)
Exportable:	Sí.

Fuente: Europalet

Elaboracion: propia

La altura accesible para que las personas puedan coger los embalajes que están en lo alto de la carga paletizada no debe ser superior a 1,8 a 1,9 mt.

De esta manera, las cajas en el pallet se colocarán según el siguiente esquema:

Tabla 31.- Descripción del pallet standard con el producto

Paletización Standard	1 pallet (cm)	cajas (cm)	Cajas x Fila Calculado	Cajas x Fila Real
L	120	40	3	3
A	100	50	2	2
H – Contenedor interior	239	23	10.39	9
Cajas x pallet				54

Elaboración propia. * Altura Caja = 23 cm y pallet =14.5 cm

Considerando 6 cajas como base y una apilación de 9 filas de altura, el pallet Standard albergará 54 cajas de 10 Kilogramos.

Con una tara de 200 gramos por caja y de 20 kilogramos por pallet y teniendo en cuenta que cada pallet puede soportar una carga estática de 2,000 kilogramos y dinámica de 1000 Kilogramos, a continuación, se detalla el peso bruto de cada pallet con carga unitarizada.

Tabla 32.- Descripción del peso por pallet standard

DESCRIPCION DEL PESO POR PALLET			
Peso Bruto por Caja	10 kg.	54 cajas / pallet	540 Kg. Total
Peso Bruto del pallet	20 kg.	pallet	20 kg. Total
Peso Bruto total por pallet	30 kg.	Total por pallet	560 Kg. Total

Elaboración: Propia.

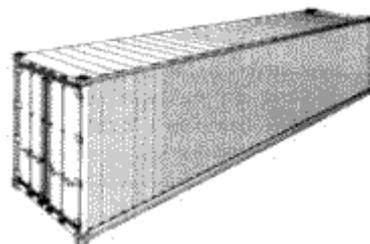
4. Cubicaje.

El cubicaje garantiza que la exportación de la mercadería preserve la calidad de los productos. A continuación, se va hallar el volumen de la carga preparada para la exportación.

Cada pallet tendrá 120 cm de largo, por 100 cm de ancho, por 14.5 cm de alto., con un peso de 20 Kilogramos. De acuerdo al peso podría hacerse la exportación en un contenedor de 40 pies reefer. Por lo que observemos las medidas del contenedor:

Tabla 33.- Descripción del Contenedor 40 pies reefer

40 Pies Standard 40' x 8' x 8'6"			Descripción
Tara	3750 kg / 8265 lb		Disponible para cualquier carga seca normal. Ejemplos: bolsas, pallets, cajas, tambores, etc.
Carga Max.	28750 kg / 63385 lb		
Max. P. B.	32500 kg / 71650 lb		
Medidas:	Internas	Apertura puerta	
Largo:	12032 mm / 39'6"	-	
Ancho	2352 mm / 7'9"	2340 mm / 7'8"	
Altura:	2393 mm / 7'10"	2280 mm / 7'6"	
Capacidad Cub.	67,7 m3 / 2390 ft3		



Fuente y Elaboracion: Affari Group

Por lo tanto, la empresa Sweet Potato S.A.C enviará 01 contenedor de 40 pies reefer, conteniendo 20 pallets 1, 080 cajas con camote morado y un peso de 10,800 de Kilogramos por contenedor, con medidas (CBM) de 49.68 metros cúbicos (m³) o 1753.7 pies cúbicos (ft³). En el análisis de la demanda se proyectó la venta mensual de 01 contenedor de 40 pies reefer con 1,080 cajas con 10,080 Kilogramos y una venta anual de 12,960 cajas y 129,600 Kilogramos.

Fuente: <http://www.ginifab.com/feeds/cbm/index.es.html>

Tabla 34.- Descripción del pallet standard por contenedor

contenedor	un contenedor (cm)	un pallet (cm)	contendor x Fila Calculado	Cajas x Fila Real
L	1203	120	10.03	10
A	235	100	2.35	2
H – Contenedor interior	239	23	10.39	9
Pallet por contenedor				20

Elaboración: Propia.

Independientemente del Incoterm que elijamos (FOB, CIF, etc.) se ha decidido que el envío se hará un contenedor completo que habitualmente se conocer con las siglas FCL (Full Container Load).

Diferencias entre FCL y LCL

- El término FCL (Full Container Load) implica el uso de un contenedor completo (20", 40" o HQ40") por un único remitente o expedidor, lo que significa que una vez cargado (no necesariamente de forma completa) y precintado todo su interior pertenece a un único propietario.
- Cuando se habla de LCL (Less Container Load) se refiere a lo que comúnmente se conoce como "Grupaje" lo que significa que un contenedor transporte mercancías de diferentes propietarios o destinatarios.

A continuación, os contamos las ventajas e inconvenientes que acompañan a cada una de estas dos opciones:

Ventajas de usar un contenedor completo o FCL (Full Container Load):

- Más rentable. Si la mercancía a transportar es igual o superior a 15 m³ (+/- la mitad de un contenedor de 20") es más rentable contratar un FCL que un LCL.
- Más seguridad. Al ir precintado el contenedor se asegura que nadie podrá manipular la mercancía del interior hasta su llegada a destino (salvo autoridades aduaneras para acciones de supervisión y control).
- Más rapidez en el envío ya que el contenedor irá desde A hasta B de forma directa y sin manipulación en puertos intermedios.

Inconvenientes de usar FCL:

- Si la mercancía a transportar cubica menos de 15m³ la mejor opción será optar por un grupaje o LCL.

A continuación, las ventajas de usar un LCL:

- Opción adecuada para pequeños volúmenes de carga.
- A pesar de que el plazo de entrega será mayor, es una alternativa al transporte aéreo mucho más rentable.
- Al transportar menores cantidades de mercancías las necesidades de inversión son sensiblemente menores.

Inconvenientes de usar LCL para el envío de mercancías:

- El plazo de entrega será mayor a un FCL dado que el contenedor, al llevar mercancía para varios destinatarios, tendrá que transitar por diferentes puertos y destinos obligando en cada uno de ellos a una apertura y manipulación de los contenidos.
- Mayor riesgo de roturas o pérdidas de material debido a la mayor manipulación.
- El coste suele ser más elevado (en términos de €/m³) que el FCL.



Figura 32.- Contenedor 40 pies reefer

Fuente: Ruralcontainers

4.4 Cadena de DFI de exportación

La Distribución Física Internacional está compuesta por las operaciones de comercio exterior, yendo más allá del transporte local e internacional. Además de ambos ítems, la DFI supone el acondicionamiento, embalaje, formalidades aduaneras para exportación e importación, entre otros.

La presente investigación contempla la comercialización del producto en término FOB; por ende, la responsabilidad del exportador sobre la mercadería y sobre los costos de la distribución física internacional recaerá hasta que la mercancía se encuentre sobre el buque del transporte internacional.

Tabla 35.- Distribución Física Internacional.

Distribución Física Internacional										
País de origen						Transporte Internacional	País de destino			
Vendedor							Distribuidor			
Transporte de inputs	Transformación del producto	Transporte Local	Agencia aduana	Embarcador	Terminal de carga	Terminal de carga	Agencia aduana	Transporte Local	Recepción producto	

Elaboración propia.

A continuación, se detalla cada punto de la Distribución Física Internacional:

1. Transporte de inputs.

Los abastecedores de la materia prima, camote morado, radicados en la provincia de Huaral, despacharán en furgones el lote de producto solicitado para cada etapa de producción de acuerdo a nuestra proyección de ventas. Considerando cuatro envíos anuales, el abastecimiento se realizará cada tres meses. El tiempo estimado de tránsito de Huaral a Lima es de 4 horas.

2. Transformación del producto

La recepción de la materia prima se realizará en el local de la empresa terciarizadora del servicio. Luego de la transformación del producto, la carga unitarizada se trasladará a los almacenes de nuestra empresa para el control de calidad de una pequeña muestra.

3. Transporte Local

Desde nuestros almacenes, la carga es trasladada hasta el puerto del Callao para los respectivos controles aduaneros.

4. Agencia aduana

Servicio de asesoramiento aduanero brindado por una Agencia de Aduanas para la aplicación de la legislación aduanera, numeración de la DUA, entre otros exigidos por ley.

5. Embarcador

Operador logístico encargado de la consolidación de la mercadería tomando en cuenta que nuestra exportación será de carga suelta.

6. Terminal de carga

Las terminales de carga cumplen varios roles en el puerto dentro de los que se encuentran el manipuleo de la mercadería, las conexiones entre las diversas modalidades de transporte y la consolidación de la carga.

4.4.1 Determinación de requerimiento de insumos e infraestructura

a) Del insumo

La Empresa Sweet Potato S.A.C. tercerizará la materia prima contratando los servicios de la empresa Athos S.A.C quien proveerá de materia prima que es el camote, el producto será transportado a en la planta de almacén y distribución ubicada en el Distrito de San Martin de Porres, el cual posteriormente será exportado vía marítima por el puerto del Callao - Perú.

Tabla 36.- Proveedores de camote

	Empresa	Ruc	Servicio
F	Athos S.A	20367472694	Proveedor de la materia prima

Fuente: Páginas web - SUNAT

Elaboración Propia.

Sweet Potato S.A.C. se encargará de la compra de materia prima, camote morado, que se comprarán a Athos S.A que tiene como dirección del domicilio legal Cal. Paz Soldan Nro. 225 Int. 203 - San Isidro - Lima – Perú, los insumos serán entregados en la Av. Canta Callao N° 15112 – Distrito de San Martin de Porres – Lima, Perú.

Esta localización es estratégica por tener vías de acceso para el tránsito pesado, y los accesibles costos en cuanto a alquiler

ofrecidos por el mercado que se encargará del proceso de producción, envasado, etiquetado y paletizado para luego ser enviados al almacén de la empresa.

Cada fase del proceso de producción será supervisada por el asistente de producción de la empresa, quien verificará la calidad del producto en cada etapa del proceso de elaboración.

b) De la infraestructura

La empresa Sweet Potato S.A.C estará ubicada en:

País:	Perú
Departamento:	Lima
Distrito:	San Martín de Porres
Avenida:	Av. Canta Callao N° 15112

El área de almacén y oficina administrativa se encontrarán ubicados en el mismo lugar. El local de la empresa cuenta con un área de 200 m². La empresa se ubica en una zona y cercana al puerto del Callao.

Se contará con un espacio para el ingreso y salida de camiones y montacargas, desde donde inmediatamente se podrá descargar el insumo y colocarlos en el almacén. Para el proceso de ventas y gestiones administrativas se contará con un área de ventas y un área logística. Muy cerca se encontrarán los servicios higiénicos para la higiene de los trabajadores.

Todas las áreas y ambientes estarán señalizadas cumpliendo con la normativa de defensa civil.



Figura 33.- Señalización de la Empresa Sweet Potato S.A.C

Fuente: Elaboración propia

4.4.2. Establecer estrategias de suministro

La cadena de suministro está conformada por todas aquellas actividades y procesos que involucran a clientes y proveedores para que juntos colaboren en la producción y distribución de la mercancía en las cantidades necesarias, a los lugares correctos y a tiempo con la finalidad de satisfacer los niveles de servicios requeridos por el consumidor.

Tabla 37.- Criterios para la elección de Proveedores de camote

	CRITERIOS	PERUBIONATURAL S.A.C	ALLPA INVERSIONES PERÚ S.A.C.	INDALIE XP S.A
A	Precio kg	5	6.5	6
B	Flete	S/.250	S/.200	S/.300
C	Experiencia	5 años	3 años	2 años
D	Ubicación del proveedor	Santa Anita	San Luis	Lima
E	Puntualidad	Muy buena	Muy buena	Buena
F	Volumen de suministro	80 TN	50TN	40 TN

Fuente: Elaboración propia

Tabla 38.- Elección de Proveedor de camote

Calificación: Rango de 1 (malo) – 5 (bueno)

Criterios		Nivel de	ATHOS S.A.C	Puntaje	AGROB ELLOTA E.I.R.L.	Puntaje	AGRO GALS S.A.C.	Puntaje
		Importancia %						
A	Precio kg	0.21	5	1.05	3	0.63	4	0.84
B	Flete	0.2	4	0.8	5	1	4	0.8
C	Experiencia	0.14	5	0.7	4	0.56	3	0.42
D	Distancia a la planta	0.1	5	0.5	4	0.4	3	0.3
E	Puntualidad	0.15	5	0.75	5	0.75	4	0.6
F	Volumen de suministro	0.2	5	1	4	0.8	3	0.6
TOTAL		1		4.8		4.14		3.56

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la tabla de puntuación y en base a los criterios de elección la empresa Athos S.A.C trabajará con Sweet Potato S.A.C, empresa que cuenta con 5 años de experiencia y que realiza una producción sostenible. Contando con una producción anual de 224 TN.

La empresa Sweet Potato S.A.C comprará kilogramos mensuales de camote morado, recepcionará la materia prima que nos proveerá Athos S.A.C.

Una de las estrategias para la elección de la empresa que producirá camotes morados es que cuenta con certificación de FDA y HACCP.

Las estrategias con la empresa procesadora Athos S.A.C son las siguientes:

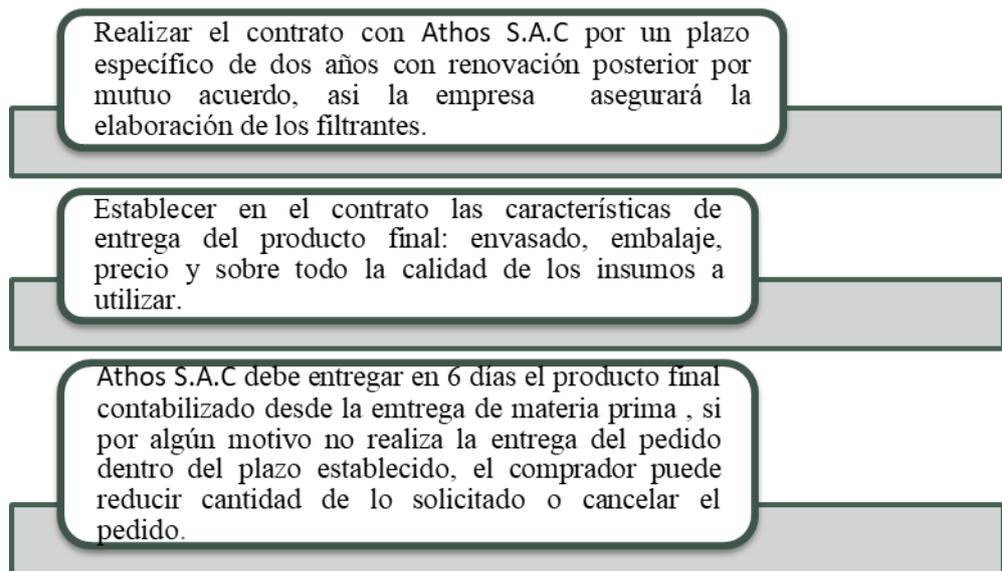


Figura 34.- Estrategias para la empresa procesadora

Fuente: Elaboración propia

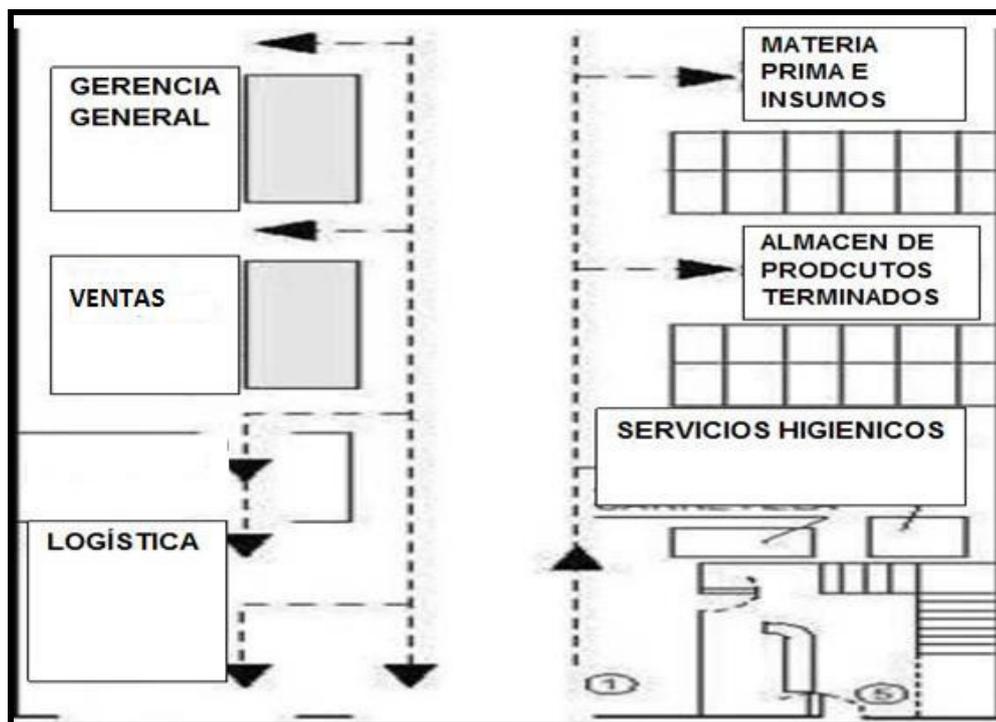


Figura 35.- Distribución de la empresa Sweet Potato S.A.C

Fuente: Elaboración propia

Requisitos de acceso al mercado objetivo

En Perú:

DIGESA

El Ministerio de Salud a través de la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA) es la autoridad de salud a nivel nacional y tiene la competencia exclusiva en el aspecto técnico, normativo y de vigilancia en materia de inocuidad de alimentos de consumo humano elaborados industrialmente de producción nacional o extranjera, con excepción de los alimentos agrícolas y acuícolas. La autoridad nacional en salud ejerce sus competencias en inocuidad de alimentos de consumo humano de procedencia nacional, importados y de exportación, contribuyendo a la protección de la salud de los consumidores, promoviendo la disminución de las enfermedades transmitidas por los alimentos (ETAs)

También la Superintendencia nacional de aduanas y administración tributaria (SUNAT) es el organismo nacional encargado de recaudar impuestos y administrar la actividad aduanera.

Certificado de Origen

La empresa deberá obtener el Certificado de Origen para que el importador pueda acogerse a los beneficios arancelarios por el Tratado de Libre Comercio (TLC).

En el caso de la exportación de los filtrantes de hierbas orgánicas están libres de arancel presentando el Certificado de Origen, de esta manera el Perú presenta una ventaja frente a otros países sí que pagan arancel.

Se debe aprovechar el Tratado de Libre Comercio que mantenemos con Canadá y que aún se encuentra vigente, de esta manera certificamos que nuestro producto al ser originario del Perú se acoge a las preferencias arancelarias.

Las instituciones que emiten los certificados de origen son los siguientes: Cámara de Comercio de Lima, Asociación de Exportadores (ADEX) y la Sociedad Nacional de Industrias.

Procedimientos previos a la exportación:

FDA requiere por ley, que la planta de producción (Athos S.A.C) y la empresa exportadora (Sweet Potato S.A.C) estén registrados, los cuales cumplen con las normas.

La inscripción y reinscripción se dará cada 2 años, esta inscripción incluirá la autorización explícita a FDA para inspeccionar los establecimientos que encuentren registrados. El no cumplimiento de la normativa implica que los establecimientos no podrán exportar a Canadá.

Notificación previa (Prior notice)

Se procede a ingresar a la cuenta de la FDA y se llena el prior notice que es una notificación previa en línea a la Aduana, se tiene hasta 8 horas para llenarlo antes que la mercadería llegue al puerto de Vancouver.

Los datos más importantes se consideran en el llenado del prior notice son:

- Nombre de la mercadería
- Nombre del productor
- Nombre del exportador
- País de origen del producto
- País en donde el producto es embarcado
- El puerto a donde ingresará a Canadá

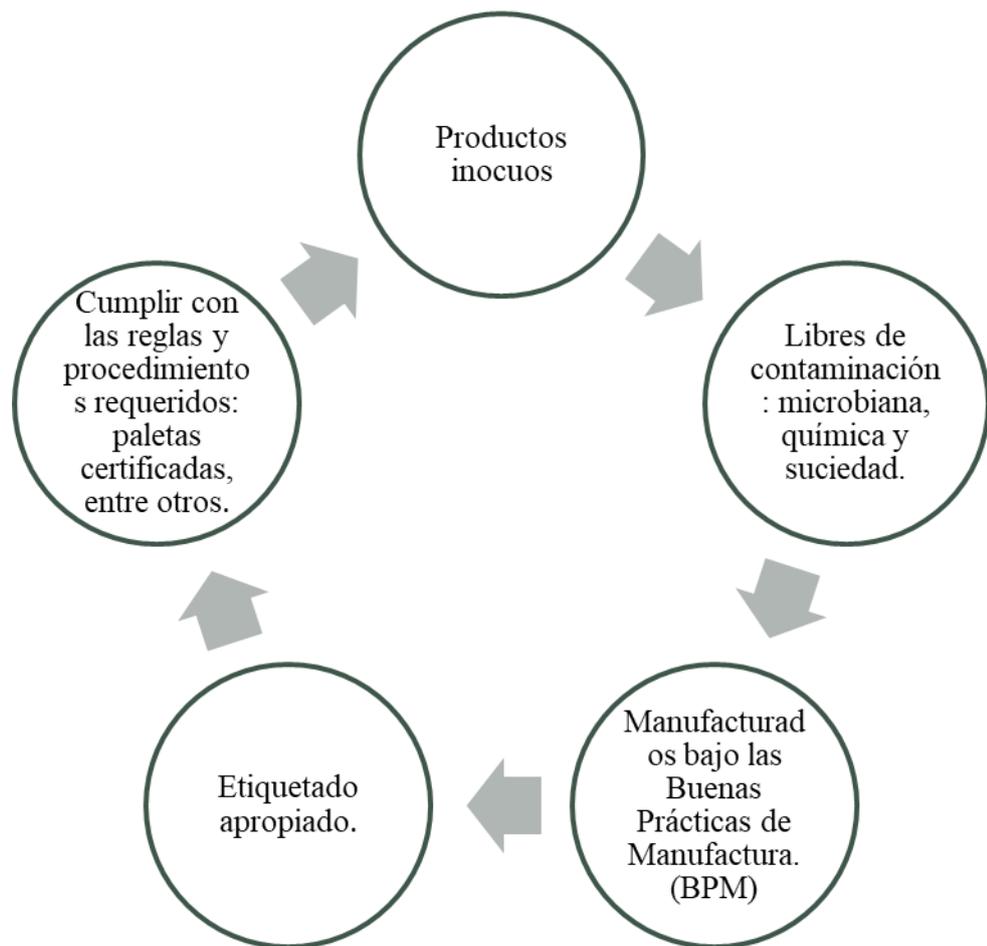
Cuando la mercadería ya llego al puerto:

El exportador debe adjuntar a los documentos de exportación, la notificación previa, si no el producto no ingresa a Canadá.

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

Cuando se detecta una violación a la ley de la FDA, esta emite una Nota de Detención y Audiencia al servicio de aduanas de Canadá y al importador, dando inicio a un proceso en el cual el importador o su representante deben presentar evidencia que el producto cumple con los requisitos con el propósito de obtener la Nota de Liberación.

Figura 36.- Principales requisitos de la FDA



Fuente: Proyecto Bid ADEX

Documentación:

Los requisitos solicitados por Canadá para países que pertenecen a acuerdos comerciales, deberán presentar los siguientes:

- Facturas comerciales: Presenta información del exportador y del importador, la fecha, la descripción completa de la mercadería, el origen y el valor FOB. Si se conoce, se debe incluir el número de contenedor.
- Certificado de origen: Duplicado de la Cámara de comercio del país de origen para los países con preferencias arancelarias.
- Lista de empaque (Packing List): describe la mercadería, la cantidad, el peso, y los datos del importador/exportador.

Buenas prácticas de manufactura

Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) por sus siglas en español o GMP por sus siglas en inglés de “Good Manufacturing Practices” establecen condiciones básicas y actividades necesarias para mantener un ambiente higiénico durante el proceso de producción, manipulación y provisión, con el fin de preparar alimentos inocuos para el consumo humano.

FDA les exige a los procesadores de alimentos tanto locales como en el caso nuestro que deseen exportar sus productos a Canadá. que apliquen BPM ya para asegurar su cumplimiento, FDA inspecciona las instalaciones estadounidenses y extranjeras en cuanto a cumplimiento de dichas prácticas.

El Código de Regulaciones Federales de Canadá establece las disposiciones para la implementación de las BPM que incluye entre otros:

- Personal
- Instalaciones
- Equipos
- Producción y procesos de control
- Almacenaje y distribución

La empresa Athos S.A.C cuenta con el certificado de BPM

Aspectos de Trazabilidad

La trazabilidad consiste en el seguimiento del producto desde su fabricación hasta el punto de venta, es decir lograr detectar desde donde fueron adquiridos los insumos para el producto hasta el lugar de destino. En el caso que el cliente lo solicite, la empresa Infusiones Gales entregará un certificado de trazabilidad, el cual será validado y sellado por una empresa externa que garantice que la empresa cuenta con un sistema de trazabilidad.

Certificaciones requeridas por Canadá

Certificación HACCP

Es la principal certificación elaborada por el Codex alimentarias a nivel internacional para determinar el análisis de riesgo y puntos críticos de control de nuestro producto alimenticio, mediante este se puede controlar un alto nivel de protección hacia el consumidor y buenas prácticas en el comercio internacional de productos alimenticios.

La empresa Athos S.A.C, cuenta con diversas certificaciones BPM y HACCP, lo cual nos asegura un proceso confiable.

Determinación de operadores logísticos a intervenir

Los operadores logísticos son los encargados de realizar la Distribución Física Internacional (DFI) de una compañía. En una exportación, incluye el transporte, los trámites aduaneros, la llegada al puerto, el embarque a la naviera y el traslado al extranjero.

Nos comunicamos con tres operadores logísticos para solicitarles sus cotizaciones, ver el trato que se brinda al cliente y escoger uno de ellos. Para la selección de una de ellas se procedió a desarrollar una matriz de criterios, que es la siguiente:

Tabla 39.- Criterios para la elección de agencia de aduanas

Criterios		Aduamérica	Support	Cargo Business
A	Precio	Medio	Alto	Medio
B	Ubicación	Callao	San Miguel	Lince
C	Servicio de transporte	si	no	si
D	Experiencia	20 años	13 años	10
E	Personal	7 despachadores	despachador rotativo	5 despachadores
F	Puntualidad	Muy buena	Muy buena	Muy buena
G	Certificación	si	no	no

Fuente: Elaboración propia

Tabla 40.- Puntuación para la elección de Agencia de Aduanas

Criterios		Nivel de Importancia	Aduamérica		Support		Cargo Business	
A	Precio	0.2	4	0.8	4	0.8	3	0.6
B	Ubicación	0.1	4	0.4	2	0.2	3	0.3
C	Servicio de transporte	0.1	4	0.4	2	0.2	3	0.3
D	Experiencia	0.1	5	0.5	3	0.3	3	0.3
E	Personal	0.2	4	0.8	4	0.8	4	0.8
F	Puntualidad	0.1	4	0.4	4	0.4	3	0.3
G	Certificación	0.2	4	0.8	3	0.6	3	0.6
		1	4.1		3.3		3.2	

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la puntuación, la empresa Sweet Potato S.A.C el como agente aduanas a la empresa Aduamérica SA, uno de los factores principales es que Aduamérica tiene más de 15 años en el rubro, cuenta con un servicio personalizado, además cuenta con certificación del Basc que permitirá garantizar la salida de la carga al momento de la exportación.

Los operadores logísticos a intervenir en la exportación de filtrantes orgánicos tienen los siguientes aspectos:

- Transporte local: transporte del almacén de la empresa al terminal marítimo del Callao.
- Almacenaje: El ingreso de la mercadería al terminal marítimo para que sea inspeccionada antes de que se realice el levante de la mercadería.
- Agente de Aduanas: Es el personal encargado de realizar todos los trámites de exportación para que la mercadería salga del puerto.
- Agente de Carga: Es la empresa encargada de brindarnos fletes competitivos para la exportación a Vancouver – Canadá.

Para una buena determinación de decisión se tomó en cuenta la siguiente referencia, tanto como para el transporte interno como para la agencia de aduana.

- Cantidad de años en el mercado
- Precio
- Clientes
- Certificaciones
- Incidencias en aduana

Aduamérica cuenta con la certificación BASC que promueve la implementación del Sistema de Gestión en Control y Seguridad (SGCS) BASC, mediante la aplicación de la Norma y Estándares BASC, como un programa de autogestión basado en principios de mejores prácticas y mejora continua en beneficio de la seguridad del comercio internacional.

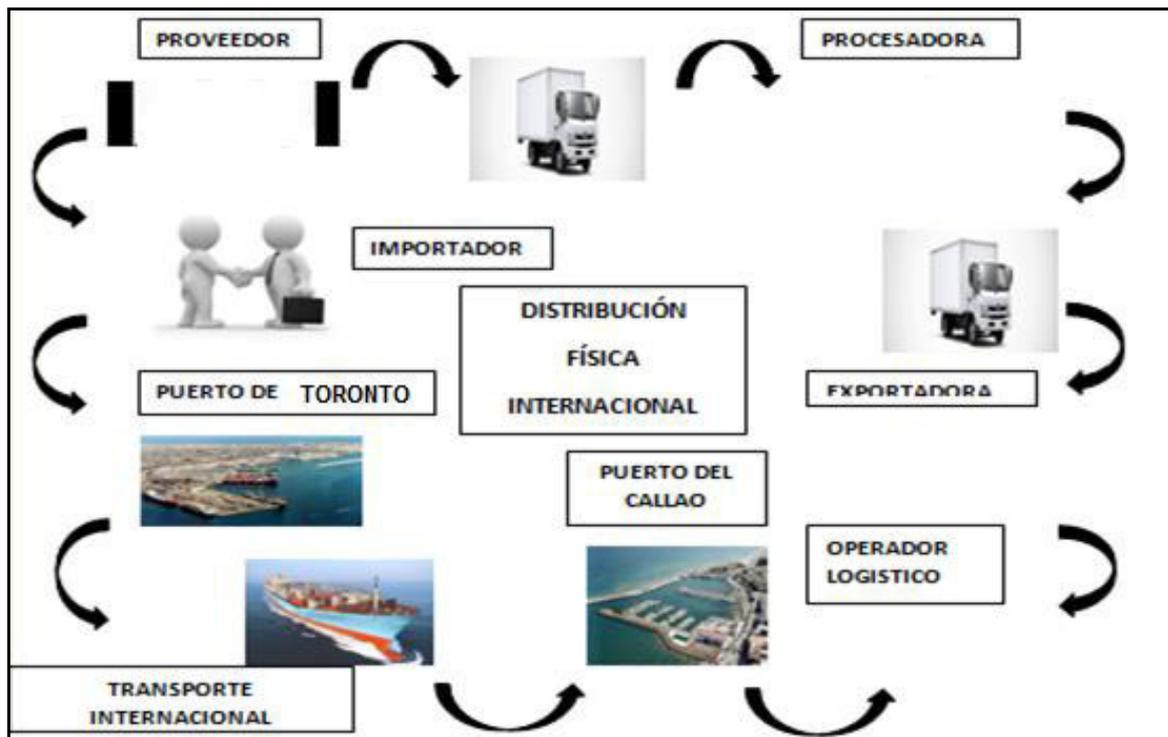


Figura 37.- Elección de la cadena logística internacional

Fuente: Elaboración propia

4.5 Seguro de las mercancías

El término en el cual se va a negociar es el FOB (libre a bordo) el mismo que exige al vendedor en este caso la Empresa Sweet Potato S.A.C entregar la mercancía al comprador a bordo del buque en el puerto de embarque convenido (Callao).

Para el presente proyecto la empresa naviera contratada por el comprador será SCHRIVVER, que se encargará de transportar la mercancía desde el puerto de embarque (Callao) hasta el puerto de desembarque (Vancouver). Es importante mencionar que el costo del transporte lo asume el comprador, así como también Sweet Potato S.A.C (vendedor) es quien realizará los trámites para la exportación.

Finalmente se debe recalcar que se escogió el término FOB debido a que este nos permite trasladar el producto en las mejores condiciones, así

como también traspasar la responsabilidad del transporte internacional de la mercancía al importador y finalmente por que nos permitirá establecer un precio competitivo y así ofrecer un buen servicio a nuestro cliente canadiense facilitando el proceso de exportación.

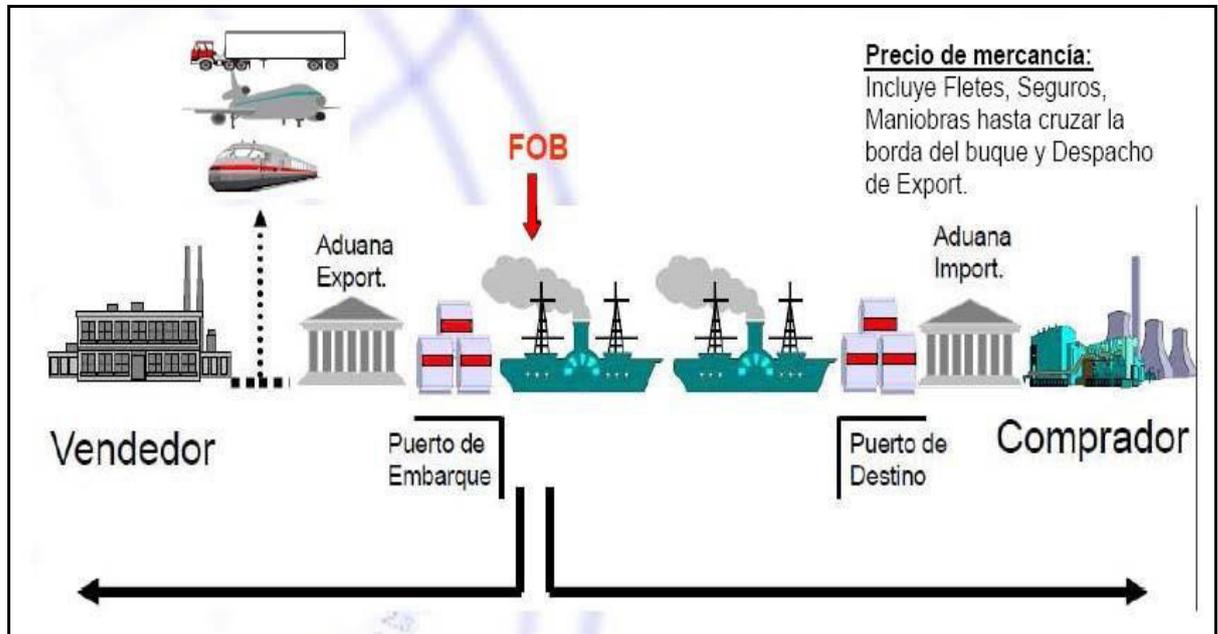


Figura 38.-Transferencia de responsabilidades Incoterms 2010 - FOB

Fuente: www.ProComer.com

4.5.1 Obligaciones del Vendedor

- El vendedor debe suministrar la mercancía y la factura comercial de conformidad con el contrato de compraventa y cualquier otra prueba de conformidad que pueda exigir el contrato.
- Licencias, autorizaciones, acreditaciones de seguridad y otras formalidades. Cuando sea aplicable, el vendedor debe obtener, a su propio y expensas, cualquier licencia de exportación u otra autorización oficial y llevar a cabo todos los trámites aduaneros necesarios para la exportación de la mercancía.
- Contratos de transporte y seguro. Contrato de transporte: el vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar un

contrato de transporte. Sin embargo, si lo solicita el comprador, o si es práctica comercial y el comprador no da instrucciones en sentido contrario con la debida antelación, el vendedor puede contratar el transporte en las condiciones usuales a riesgo y expensas del comprador. En cualquiera de los dos casos, el vendedor puede rehusar la formalización del contrato de transporte y en este caso, deberá comunicarlo rápidamente al comprador. Contrato de seguro: el vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar un contrato de seguro. Sin embargo, el vendedor debe proporcionar al comprador, a petición, riesgo y expensas (si las hay) de este último, la información que el comprador necesite para obtener el seguro.

- Entrega: el vendedor debe entregar la mercancía o poniéndola a bordo del buque designado por el comprador en el punto de carga, si lo hay, indicando por el comprador en el puerto de embarque designado, o proporcionando la mercancía así entregada. En cualquiera de los dos casos, el vendedor debe entregar la mercancía en la fecha acordada o dentro del plazo acordado y en la forma acostumbrada en el puerto. Si el comprador no ha indicado un punto de carga específico, el vendedor puede elegir el punto en el puerto de embarque designado que mejor le convenga.
- Transmisión de riesgo: el vendedor corre con todos los riesgos de pérdida o daño causados a la mercancía hasta que se haya entregado de acuerdo con la entrega, con la excepción de la pérdida o daño causados en las circunstancias descritas en la transmisión de riesgo del comprador.
- Reparto de costos: el vendedor debe pagar a) todos los costos relativos a la mercancía hasta que se haya entregado de acuerdo con la entrega, diferentes de los pagaderos por el comprador, b) cuando sea aplicable, los costos de los trámites aduaneros necesarios para la exportación, así como todos los derechos impuestos y demás gastos pagaderos en la exportación.

- Notificaciones al comprador: el vendedor debe, a riesgo y expensas del comprador, dar aviso suficiente al comprador de que la mercancía se ha entregado de acuerdo con lo estipulado o de que el buque no se ha hecho cargo de la mercancía dentro del plazo acordado.
- Documento de entrega: el vendedor debe proporcionar al comprador, a expensas del vendedor, la prueba usual de que la mercancía se ha entregado de acuerdo a lo estipulado.
- Comprobación- embalaje-marcado: el vendedor debe pagar los costos de las operaciones de verificación (tales como la comprobación de la calidad, medidas, pesos o recuentos) necesarias al objeto de entregar la mercancía según lo acordado, así como los costos de cualquier inspección previa al embarque ordenada por las autoridades del país de exportación. El vendedor debe embalar la mercancía de la manera apropiada para su transporte, salvo que esta se pueda transportar sin embalar o que el comprador le haya notificado requisitos específicos de embalaje.
- Ayuda con la información y costos relacionados: el vendedor debe cuando sea aplicable, en el momento oportuno proporcionar o prestar ayuda para obtener para el comprador, a petición, riesgo y expensas de este último, cualquier documento e información, incluyendo la información relacionada con la seguridad, que necesite el comprador para la importación de la mercancía o para su transporte hasta el destino final. El vendedor debe reembolsar los costos y gastos al comprador por concepto de documentos o información.

4.5.2 Obligaciones del Comprador

- El comprador debe pagar el precio de la mercancía según lo dispuesto en el contrato de compraventa.
- Licencias, autorizaciones, acreditaciones de seguridad y otras formalidades Cuando sea aplicable compete al comprador obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de importación u otra autorización oficial y llevar a cabo todos los trámites aduaneros para

la importación de la mercancía y para su transporte a través de cualquier país.

- Contrato de transporte y seguro: contrato de transporte: el comprador debe contratar, a sus propias expensas, el transporte de la mercancía desde el puerto de embarque designado, excepto cuando el contrato de transporte lo formalice el vendedor, contrato de seguro: el comprador no tiene ninguna obligación ante el vendedor de formalizar un contrato de seguro.
- Recepción: el comprador debe proceder a la recepción de la mercancía cuando se haya entregado según lo acordado con el vendedor.
- Transmisión de riesgo: el comprador corre con todos los riesgos de pérdida o daño causados a la mercancía desde el momento en que se haya entregado según lo estipulado en las condiciones de entrega por el vendedor.
- Reparto de costo: el comprador debe pagar,
 - a) todos los costos relativos a la mercancía desde el momento en que se haya entregado la mercancía según lo acordado, excepto cuando sea aplicable, los costos de los trámites aduaneros necesarios para la exportación, así como todos los derechos, impuestos y demás gastos pagaderos en la exportación,
 - b) cualquier costo adicional contraído,
 - c) cuando sea aplicable, todos los derechos, impuestos y demás gastos, así como los costos de llevar a cabo los trámites aduaneros pagaderos en la importación de la mercancía y los costos de su transporte a través de cualquier país.
- Notificaciones al vendedor: el comprador debe dar aviso suficiente al vendedor sobre el nombre del buque, el punto de carga y cuando sea necesario, el momento de entrega escogido dentro del plazo acordado.
- Prueba de entrega: el comprador debe aceptar la prueba de la entrega de la mercancía proporcionada por el vendedor.

- Inspección de la mercancía: el comprador debe pagar los costos de cualquier inspección obligatoria previa al embarque, excepto cuando dicha inspección sea ordenada por las autoridades del país de exportación.
- Ayuda con la información y costos relacionados: el comprador debe avisar al vendedor, en el momento oportuno, de cualquier requisito, de información sobre seguridad de manera que el vendedor pueda ayudar. El comprador debe reembolsar al vendedor todos los costos y gastos en que este último haya incurrido al proporcionar o prestar ayuda para obtener documentos e información. El comprador debe prestar ayuda al vendedor sobre cualquier documento e información necesaria para el transporte exportación de la mercancía.

SEARATES.COM Digital Broker & Freight Forwarder

Peru Iniciar sesión Registrarse

Servicios de transporte ▾ Referencias ▾ Our Apps ▾ Trade Overseas ▾ Contáctenos ▾ Ayuda

Container Nº

A ▾ San Martín de Porres, F P Callao P Vancouver B ▾ Vancouver, BC, Canada FCL ▾

Fresh Sweet Potatoes x 40' REF - 1mt Cambio

4. VANCOUVER 3. VANCOUVER

1. SAN MARTÍN DE PORRES 2. CALLAO

LOS GASTOS DE EXPORTACIÓN \$530
 OCEAN RATE (FIFO) \$4200
 LOS GASTOS DE IMPORTACIÓN \$433

Details Book **USD \$5163**

San Martín de Porres Empty Container Location
 6.74 mi (12.48 km)
 Transit Time: 17 minutes

Callao
 4791.04 mi (8873.00 km)
 Transit Time: 22 days (14 knots)

Vancouver
 3.10 mi (5.74 km)
 Transit Time: 13 minutes

Hide

Figura 39.- Traslado de mercancía Callao – Vancouver

Fuente: Searate

5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1 Fijación de precios

5.1.1 Costos y precio – métodos de fijación

a. Basado en la competencia.

Después de una investigación sobre la competencia, se asignará un precio al producto tomando como referencia los precios establecidos por las empresas competidoras, el siguiente cuadro muestra lo indicado.

Tabla 41.- Precios de la Competencia en Vancouver - Canadá

Marca	Presentación	Precio CAD	Participación
Batatas Camote Seeds	1 libra	1.35	2
Andes Organics	1 libra	1.25	4
Sun Pure Botanicals	1 libra	1.29	3
Swiss Brothers	1 libra	1.30	2
Difeel Organic	1 libra	1.31	2
Precio Promedio por consumo Humano			CAD 1.30

Fuente: Google Shopping. Elaboración: Propia

Ponderando las presentaciones de 1 libra, el precio promedio en el mercado de 1 libra de camote morado para consumo es de 1.3 dólares canadienses como producto final, costo de venta en supermercados y tiendas online.

Tabla 42.- Precio FOB de Exportadores Peruanos.

Marca	Venta por kilogramo	Precio CAD	Participación
Peruvian Natures & S S.A.C.	1	1.19	4
Ecoandino S.A.C.	1	1.07	6
Natural Perú S.A.C.	1	1.10	10
Precio Promedio Ponderado por consumo Humano			USD 1.04

Fuente: Sunat

Elaboración: Propia.

Ponderando los costos FOB de exportadores peruanos, tenemos como resultado precio FOB 0.99 dólares por kilogramo de camote.

b. Costos Unitarios del Producto.

Los costos unitarios son los siguientes:

Tabla 43.- Costos unitarios.(Expresado en Nuevos Soles)

Costo unitario por caja			
Conceptos		S/.	USD
Gasto de Exportación Directos	Materia prima (incluye transporte local)	9.00	2.69
	Limpieza de materia prima y purificado	0.30	0.09
	Etiquetas en la caja de cartón	0.20	0.06
	Embalaje y acondicionamiento	0.30	0.09
	Obtención de documentación	3.20	0.96
	Alquiler de contenedor 150 USD	7.40	2.81
	Gasto bancario y despachante de aduana	3.40	1.01
	Seguro de transporte interno	2.30	0.69
Costo Total Unitario de Exportación		28.10	8.43
Gasto sobre el valor FOB 3.2%		3.2%	3.2%
Margen de Utilidad 15%		15%	15%
Precio FOB		32.35	09.90

**Formula Precio FOB:*

$$FOB = \frac{CTX}{1 - (GI + U)}$$

Elaboración: Propia.

Como se puede apreciar los costos unitarios están detallados en la tabla, para una caja de camote morado de 10 kilogramos, el 32% del costo unitario es el costo de la materia prima que en este caso es el camote morado orgánico.

c. Precio del proyecto y margen de utilidad.

Después de haber analizado a nuestros competidores directos e indirectos en el mercado internacional, hemos llegado a la conclusión que vamos a vender nuestro producto a 10 dólares precio FOB, estando muy cerca del nivel que ofrece nuestro competidor directo Peruvian Natures & S S.A.C. a pesar de tener la ventaja competitiva de ser los únicos en el mercado de contar con la certificación orgánica. Pero como la marca y el producto en sí son nuevos no queremos entrar con un precio tan alto manera de ganar participación y prestigio.

Tabla 44.- Precio FOB Unitario y margen de utilidad
(Expresado en dólares, porcentaje)

Precio Venta FOB Unitario	Costo Unitario	Utilidad	Margen de Ganancia UT%/ PVU
09.90	8.43	1.47	15.00%

Elaboración: Propia.

5.1.2 Cotización internacional

A continuación, se presenta una proforma de cotización enviada a una de nuestros clientes es Vancouver - Canadá, donde presentamos todos los detalles de la exportación incluyendo costo final.

Proforma					
Date: 27.03.2017					
Proforma invoice #: 0002					
SENT BY					
SWEET POTATO S.A.C.					
Address: Av. Canta Callao N° 15112, San Martin de Porres – Lima, Perú					
Phone: (51) 529-30298					
Fax: (51) 529-30299					
SENT TO			AIRWAYBILL No.		
Company Name: NATURAL SOURCING LCL			Number of pieces: 8 pallets		
Address: 2431 E Hastings St, Vancouver			CBM: 19.46		
City/Postal Code: V5K 1Y8			Total Gross Weight: 4,320		
Country: Vancouver			Carrier:		
Phone No.: +1 604-255-1544			Container : Two		
Port of Loading: Callao - Perú			Port of destiny: Vancouver - Canadá		
ICOTERM: FOB – PORT CALLAO PERU					
Description of goods	Commodity Code	Country of origin	Quantity	Unit Value, Currency	Subtotal value, Currency
Sweet potato	01345	Perú	864	10 USD	4,320
		Perú	864	10 USD	4,320
pieces: 8 pallets CBM: 19.46 Gross Weight: 3,840 Container : Two FOB – PORT CALLAO PERÚ					
Total value, currency					USD 8,640

Figura 40.- Cotización de camote

Fuente: Elaboración propia

1. Materia Prima, Insumos y Tercerización.

A continuación, se detalla el programa de compras anual, incluye todos los insumos, es decir, la materia prima principal del producto, cajas de distribución y etiquetas según envíos mensuales.

Tabla 45.- Costo por kilogramo de camote morado – Tercerización
Proveedor: (Expresados en soles)

Costos por kilogramo de camote morado tercerizado				
Concepto / kilogramos	-+ 100	+ 500	+ 1000	+ 5000
Precio por kilogramo	S/ 1.00	S/ 0.80	S/ 0.70	S/ 0.50

Elaboración propia

Tabla 46.- Compras de materia prima e insumos 1er año

Costos de camote por kilogramo				
Conceptos	U/M	C/U kgr.	Mensual (8,640 Kgr - 864 cajas)	Anual (12 meses)
Camote morado	Kg.	S/ 0.70	6,048	72,576
Cajas de Cartón	Un.	S/ 0.50	54	648
Etiquetas	Un.	S/ 0.20	21.6	259.2
Total General			6,123.6	73,483.2

Elaboración propia.

Tabla 47.- Ventas de cajas con camote en el 1er año

Composición de caja con camote por kilogramo				
Conceptos	U/M	1 kgr	Por Envió 864 cajas de 10 Kgr	Cajas anuales (12 envíos)
Camote morado	1Kgr.	1 USD	8640	103,680
Cajas de Cartón	Ud.	0.15 USD	16.2	194.4
Etiquetas	Ud.	0.06 USD	6.48	77.76
Total General			8,662.68	103,952.16

Elaboración propia.

2. Determinación de Operador Logístico.

Se ha determinado que el transporte será vía marítima, para lo cual se seleccionará a través de la evaluación de criterios la empresa operador logístico.

Tabla 48.- Matriz de selección del operador logístico.

ALTERNATIVAS	CRITERIOS								
	COSTOS LOGISTICOS		IMPACTO EN LA ESTRATEGIA		IMPACTO EN EL CLIENTE FINAL		EFICIENCIA EN EL TRASNPORTE		TOTAL
	0.15		0.35		0.3		0.2		
	VALORACIÓN	PONDERACIÓN	VALORACIÓN	PONDERACIÓN	VALORACIÓN	PONDERACIÓN	VALORACIÓN	PONDERACIÓN	
GAMMA CARGO.SAC	3	0.45	2	0.7	3	0.9	2	0.4	2.45
RUSH	2	0.3	3	1.05	1	0.3	1	0.2	1.85
VECO LOGISTICS	1	0.15	1	0.35	2	0.6	3	0.6	1.7

VALORES	1	BAJO
	2	INTERMEDIO
	3	ALTO

Fuente: Elaboración propia.

Para elegir a un operador logístico se debe buscar a una empresa que transmita confiabilidad, recomendó el director de la Maestría en Supply Chain Management de la Universidad ESAN, Aldo Bresani, en declaraciones citadas por el diario Gestión.

Tabla 49.- Costos por el servicio logístico integral (expresado en dólares)

Valor FOB	8,640
Flete	185
Seguro Aduanas	58
Valor en aduanas CIF	8,883
ADV (6%)	0
IGV (18%)	1,555
TDA (2.35% *UIT/TC)	0
Percepción anticipada (3.5%)	30
Gastos tributarios y demás derechos	1,585
Trasmisión electrónica	56
Gastos de Almacenaje	108
Terminal Handling Charge	45
Transporte interno	56
Costo operativo logístico	265
Agente de aduanas	156
Documentos	77
Costo de gestión operativo	107
Costo operativo de exportación	300
Valor de mercancía exportada	10,800
Costo de compra internacional	11,440
Costo Total	11,440
Costo Unitario / Por cada caja de camote de 10kg	14

Fuente: Elaboración propia.

Gama Cargo S.A.C, como operador logístico, y que, por encargo de la empresa Sweet Potato S.AC, diseña los procesos de una o varias etapas de su cadena de suministro, como son el aprovisionamiento, transporte, almacenaje y distribución; busca dirigir de manera eficiente la adquisición, el almacenamiento de los productos o mercadería y el control de inventarios, así como todo el flujo de la información. También podría encargarse de determinar y coordinar la entrega del producto correcto de forma óptima al cliente correcto, en el lugar correcto y en el tiempo exacto.

Por lo general las funciones de un operador logístico son:

1. Procesamiento de pedidos
Actividades relacionadas al recojo, comprobación y transmisión de órdenes de compra.
2. Manejo de materiales
Determina qué medios materiales y procedimientos se han de utilizar para mover los productos dentro de los almacenes, también entre estos y los locales de venta.
3. Embalaje
Consiste en decidir qué sistemas y formas de protección se van a utilizar para los productos.
4. Transporte de los productos
Esto es, decidir los medios de transporte a utilizar y la elaboración de los planes de ruta.
5. Almacenamiento
Seleccionar la dimensión y las características de los almacenes.
6. Control de inventarios
Determinar la cantidad de productos que se deben tener disponibles para entregar a un cliente.

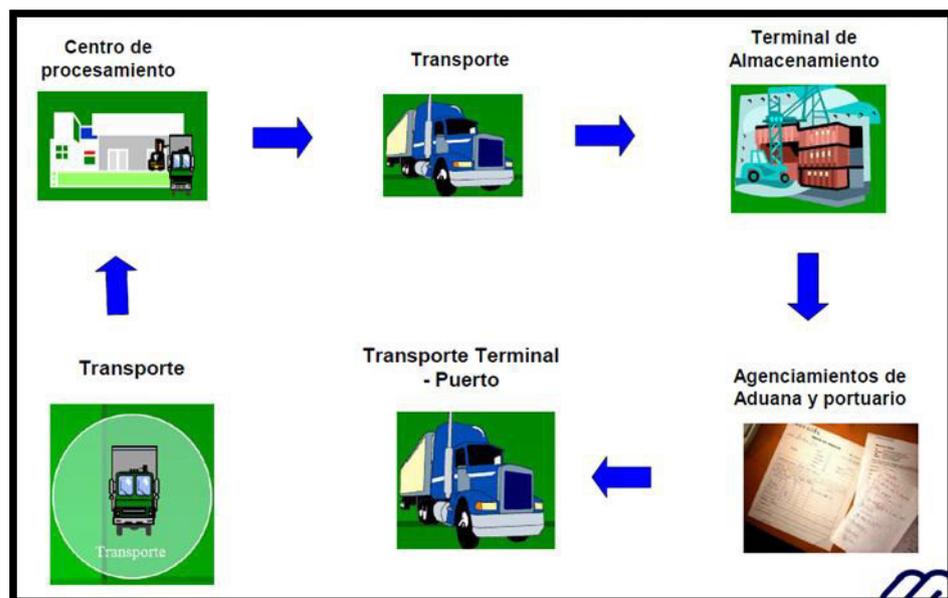


Figura 40.- Logística integral en una exportación (Embarque).

Fuente: Unimar

Componentes en la Logística integral en una exportación:

- El exportador
- El naviero. Booking. Contenedor.
- El Deposito Temporal.
- El transportista terrestre.
- La aduana.
- El agente de aduana.
- El agente portuario.
- Senasa. SNI. Otros.

5.2 Contrato de compra y venta internacional de exportación

Para poder realizar la elaboración del plan de comercio exterior de la Empresa Sweet Potato S.A.C. se consideró que es importante detallar y especificar dentro del contrato Compra-Venta internacional todas las condiciones acordadas por ambas partes de forma clara, en el contrato indicado se precisará que el Incoterms elegido es FOB, donde debemos señalar la transferencia de riesgo y las responsabilidades que asume cada una del parte: El exportador e importador.

El contrato de compra-venta, se establecieron los siguientes lineamientos en lo que respecta a las obligaciones logísticas:

1. Obligaciones de la empresa Sweet Potato S.A.C.
2. Entregar la mercadería y documentos necesarios.
3. El camote morado orgánico, contará con un envase de cartón corrugado doble con una presentación de 10 kg por caja y con un peso aproximado de cada camote de 250gr y con una medida aproximada de 12 cm c/u.
4. Asume gastos de carga en almacén, transporte interno y aduana de exportación.
5. Obligaciones de empresa importadora en Canadá - Vancouver.
6. Realizar el pago de acuerdo al precio acordado en contrato de compra – venta bajo la modalidad de Carta de Crédito.

7. Realizar trámites de licencias y autorizaciones que se requieran en el país destino.
8. Asumir gastos de transporte desde la recepción de la mercadería.

CONTRATO DE COMPRA – VENTA INTERNACIONAL

Por medio del presente se hace constar, que se suscribe por triplicado con igual tenor y valor, el Contrato de Compra Venta que celebran Sweet Potato SAC, empresa constituida bajo las leyes de Perú, inscrita en la ficha 1940493 en el Registro de Empresas, señalando domicilio para efectos del presente contrato en la Av. Canta Callao N° 15112 - Distrito de San Martín de Porres, debidamente representada por la Sr. Morgan Daniel Zuzunaga La Rosa, identificado con DNI N° 44561079 (a quien en adelante se le denominará “La Vendedor”); y, de la otra parte, BK Market Ltd, señalando domicilio para efectos del presente contrato en 2431 E Hastings St, Vancouver, BC V5K 1Y8, Canadá, a quien en adelante se le denominará “El Comprador”, en los términos y condiciones siguientes:

ANTECEDENTES

Sweet Potato SAC, es una sociedad constituida por escritura pública de fecha 25 de abril del 2017 ante el Notario Público de Lima, Doctor Manuel Soto Mayor, cuyo objetivo social es de legalizar.

BK Market Ltd. una sociedad constituida en Vancouver - Canadá, cuyo objeto social es la importación y distribución de alimentos y bebidas.

PRIMERA: (OBJETO DEL CONTRATO)

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

- Mercadería : Camote morado
- Presentación: Será presentado en caja de cartón corrugado doble de primer uso con un peso de 10 kilogramos. (debidamente enzunchando en los pallets).

Cantidad : 864 cajas con camote morado. (Número de cajitas mensuales)
Asimismo, “El Comprador” se compromete a pagar la mercancía enviada una vez recibida en el lugar propuesto por ambas partes.

SEGUNDA: (OBLIGACIONES DEL VENDEDOR)

Son obligaciones de “El Vendedor”:

“El Vendedor” se compromete a transportar y entregar la mercancía en el lugar y plazo determinado, previo acuerdo y en las condiciones requeridas por “El Comprador”.

“El Vendedor” debe dar a “El Comprador” aviso suficiente de que la mercancía ha sido entregada.

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

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

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

“El Vendedor” debe proporcionar, a pedido de “El Comprador”, la información necesaria para obtener un seguro.

TERCERA: (OBLIGACIONES DE EL COMPRADOR)

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

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

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

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

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

CUARTA: (TRASPASO DE RIESGO Y DE LA PROPIEDAD)

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

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

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

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

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

QUINTA: (PRECIO Y MODALIDAD DE PAGO)

Como resultado de la valorización de la mercancía, el precio pactado por caja es de U\$\$ 10 dólares americanos y la cantidad pactada para el primer

embarque es de US\$ 8,640 el cual será cancelado por “El Comprador” a través de crédito documentario.

La carta de crédito estará a cargo por el ScotiaBank, que incluye los intereses compensatorios a una Tasa Efectiva Mensual de 1.8769 %.

Ambas partes dejan expresa constancia de que el precio pactado por la adquisición de la mercancía, materia del presente contrato equivale al valor de las mismas, renunciando en forma irrevocable al ejercicio de cualquier acción o pretensión que tenga por objeto cuestionar dicho precio.

La carta de crédito es requerida y pagada por el importador, pero el pago va a ser negociado y pagado en 50% por ambas partes.

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

SEXTA: MARCAS REGISTRADAS, SECRETO PROFESIONAL Y PROPIEDAD INDUSTRIAL DE EL VENDEDOR

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

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

SÉPTIMA: CONDICIÓN RESOLUTORIA

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

procederá a la restitución de todas las cantidades entregadas por “El Comprador” en virtud del presente contrato.

OCTAVA: ARBITRAJE

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

El arbitraje será de derecho y se sujetará a las normas de procedimiento establecidas por el Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Lima.

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

Toda cuestión relacionada con el presente contrato que no esté expresa o tácitamente establecida por las disposiciones de este Contrato se regirá por los principios legales generales reconocidos en comercio internacional, con exclusión de las leyes nacionales.

Firmado en Lima, a los 15 días del mes de mayo de 2017.

.....

EL VENDEDOR

.....

EL COMPRADOR

5.3 Elección y aplicación del Incoterms

Los INCOTERMS son términos internacionales de comercio, estos términos reflejan las normas de aceptación voluntaria de dos partes, compradora y vendedora, acerca de las condiciones de entrega de uno o más productos determinados.

Mediante los INCOTERMS se define lo siguiente:

1. Obligaciones de entrega y recepción de la carga
2. Gastos y riesgos
3. Responsabilidades acerca del seguro, transporte y formalidades aduaneras.

La Empresa Sweet Potato S.A.C. realizará sus operaciones de exportación bajo el término de compra FOB, a continuación, analizaremos obligaciones y responsabilidades de este INCOTERMS:

FOB (Free On Board) - Libre a Bordo (puerto de carga convenido).

La responsabilidad del vendedor termina cuando las mercaderías sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido.

El comprador debe soportar todos los costos y riesgos de la pérdida y el daño de las mercaderías desde aquel punto.

El término FOB exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación. Este término generalmente solo es usado para el transporte por mar o por vías navegables interiores.

Obligaciones del vendedor

1. Entregar la mercadería y documentos necesario
2. Empaque y embalaje
3. Flete (de fábrica al lugar de exportación)
4. Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
5. Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)

Obligaciones del Comprador

1. Pago de la mercadería
2. Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación)
3. Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)
4. Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
5. Flete (lugar de importación a planta)
6. Demoras.

5.4 Determinación del medio de pago y cobro

La Empresa Sweet Potato S.A.C., determinó usar el medio de pago internacional Carta de Crédito, mediante el cual el Banco del importador a solicitud de este, (comprador u ordenante), se compromete a pagar - a la vista ó a plazo – a un exportador (vendedor ó beneficiario) una cantidad determinada, siempre y cuando se cumplan todos los términos y condiciones de la carta de crédito.

Tabla 50.- Características de la Carta de Crédito.

TIPO DE CARTA DE CREDITO	CARACTERISTICAS	VENTAJAS PARA EL EXPORTADOR	RECOMENDABLE
Irrevocable	No puede modificarse o cancelarse sin el consentimiento de todas las partes.	El exportador tiene la seguridad que cobrará, si presenta todos los documentos de acuerdo a los términos y condiciones, es decir “documentos limpios”.	Si.

Fuente: Siicex,

Elaboración propia.

Beneficios para el Comprador.

1. Seguridad de que el pago se efectuará hasta que el vendedor haya cumplido con términos del crédito.
2. Respaldo de un Banco para efectuar los pagos.
3. Disminución en los costos financieros, ya que el pago se realiza hasta la recepción de los documentos.
4. Asesoría profesional y experta, en este tipo de transacciones.

Beneficios para el Vendedor.

1. Certeza de que recibirá el pago, una vez cumpla con el envío de las mercancías en la forma y plazo convenidos.
2. Mejora la liquidez del negocio, pues recibirá el pago dentro del período acordado.
3. Una carta de crédito irrevocable, protege al vendedor del riesgo de impago, causado por insolvencia del comprador.

Proceso de la carta de crédito.

1. **Paso 1:** El comprador y el vendedor celebran contrato de compraventa que estipula pago con Carta de Crédito.
2. **Paso 2:** El Ordenante solicita Carta de Crédito al banco y llena solicitud.
3. **Paso 3:** El Ordenante envía la solicitud de Carta de Crédito al Banco Emisor con todos los documentos legales y financieros solicitados por el Banco.
4. **Paso 4:** El Banco Emisor analiza solicitud de Carta de Crédito y autoriza la misma.
5. **Paso 5:** Autorizada la Carta de Crédito el Banco Emisor procede a Generar Mensaje Swift o texto documentario para el Banco corresponsal. En este momento también se le puede hacer llegar al Comprador copia del mensaje Swift
6. **Paso 6:** El Banco Corresponsal recibe mensaje Swift y procede a notificar al Proveedor o Beneficiario
7. **Paso 7:** El Proveedor o Beneficiario recibe notificación del Banco Corresponsal informando de la emisión de la Carta de Crédito de su cliente.
8. **Paso 8:** El proveedor o Beneficiario recibida la notificación, se encarga de enviar la mercadería al destino pactado en la Carta de Crédito.
9. **Paso 9:** El Proveedor o Beneficiario envía al Banco Corresponsal los documentos
10. **Paso 10:** El Banco Corresponsal verifica documentos, paga o acepta

11. **Paso 11:** EL Banco Corresponsal envía documentos al Banco Emisor
12. **Paso 12:** El Banco Emisor examina los documentos efectúa el pago o acepta letra.
13. **Paso 13:** El Ordenante paga o recibe financiación.

Fuente: <http://jupiterdecolombia.com/jupiter/colombia>.

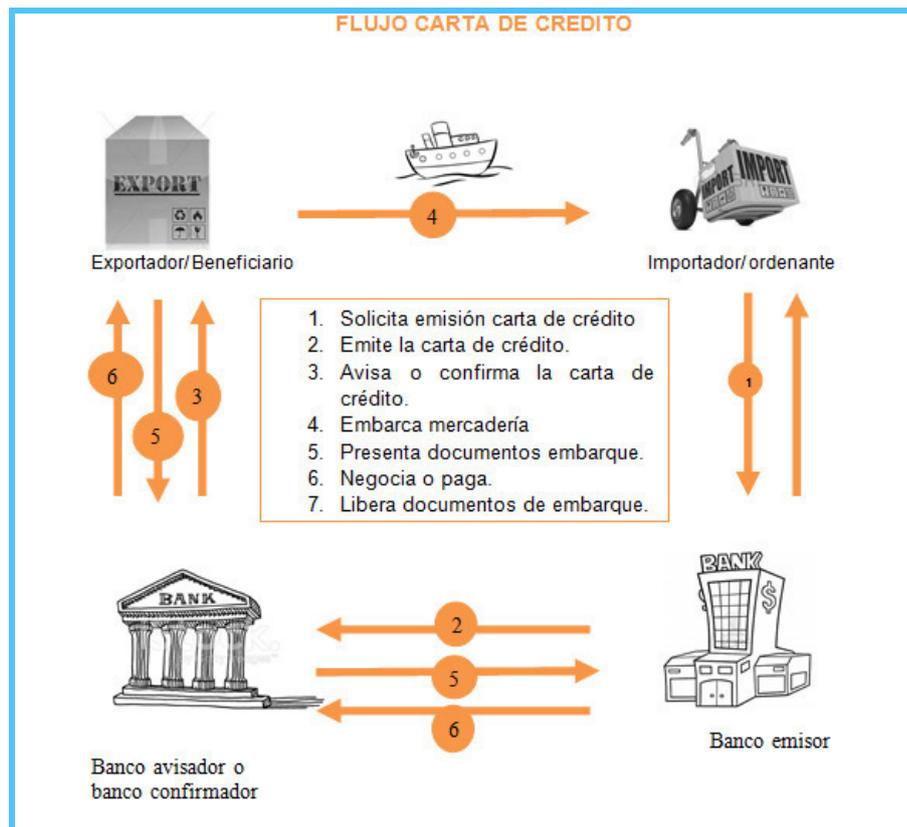


Figura 41.- Flujograma de carta de crédito.

Fuente: Elaboración propia

Sistema bancario en Canadá:

En Canadá existe el Banco Central de Canadá, denominado Bank of Canadá, teniendo entre sus funciones, la emisión de la moneda nacional, el dólar canadiense. Su sede está situada en la ciudad de Ottawa.

El Bank of Canadá, fue fundado en el año 1934. Antes de su creación, el Banco que, en la práctica, hacía de Banco Central era el Banco de Montreal.

En la actualidad el sistema bancario canadiense es uno de los más sólidos y confiables del mundo.

De acuerdo al último ranking de los Bancos más grandes del mundo, según su valor de mercado, tres Bancos canadienses están entre los primeros veinte, siendo estos: El Royal Bank of Canadá, en el puesto 11, con un valor de mercado de 87.47 MM \$; El Vancouver Dominion Bank (TD), en el puesto 15, con un valor de mercado de 76.65 MM\$ y el Bank of Nova Scotia, con un valor de mercado de 68.86 MM\$.

Entre los Bancos más importantes de Canadá también están el Canadian Imperial Bank of Commerce (CBIC), el Bank of Montreal (BMO), el Desjardins, el National Bank y el Laurentian Bank. Los Bancos canadienses están regulados federalmente por la Oficina del Superintendente de las Instituciones Financieras (OSFI) y por la Oficina Financiera del Consumidor de Canadá (FCAC), quienes en conjunto garantizan la buena marcha del Sistema bancario canadiense.

Listado de Principales Bancos:

- RBC Royal Bank www.rbcroyalbank.com/personal.html
- TD Canadá Trust www.tdcanadatrust.com
- CIBC www.cibc.com/ca/personal.html
- **ScotiaBank** www.scotiabank.com
- BMO www.bmo.com/home
- Desjardins www.desjardins.com
- National Bank www.nbc.ca
- Laurentian Bank www.laurentianbank.ca
- Bank of Canada www.bankofcanada.ca

Es así que trabajaremos con el ScotiaBank ya que es uno de los principales bancos del sistema bancario canadiense sólido y confiable.

5.5 Elección del régimen de exportación

El proceso de exportación de nuestro producto será mediante el Régimen de Exportación Definitiva, ya que facilita el despacho para la exportación de mercancías nacionales o nacionalizadas que salen del territorio aduanero para su uso o consumo definitivo en el exterior sin intención de retorno, salvo en casos en que el exportador incumpla con las condiciones del contrato de compra y venta y el envío sea devuelto por el comprador; a continuación, se presenta el flujograma:

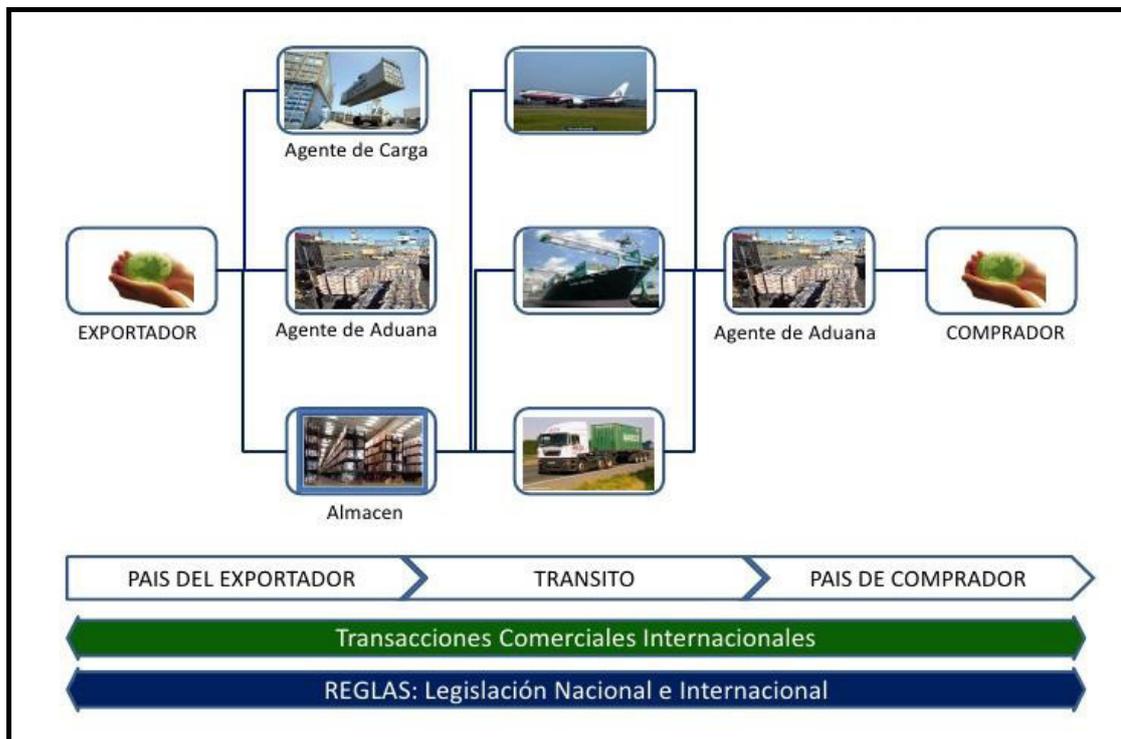


Figura 42.- Flujograma Régimen Exportación Definitiva.

Fuente: SUNAT.

Para efectuar los trámites de este tipo de régimen de exportación, se debe contar con algunos requisitos:

- RUC (Registro Único de Contribuyentes) que no tenga la condición de no habido.
- Por lo dispuesto en el artículo 3° de la Resolución de Superintendencia N° 210-2004/SUNAT, pueden exportar utilizando

su Documento Nacional de Identidad (DNI) los peruanos, o Carné de Extranjería o Pasaporte los extranjeros.

5.6 Gestión aduanera del comercio internacional

Requisitos según la SUNAT ADUANAS para la gestión de despacho aduanero:

1. Declaración Aduanera de Mercancías DAM (antes DUA) de Exportación.
2. Copia SUNAT de la factura.
3. Copia o fotocopia del documento de transporte (Conocimiento de Embarque, Guía Aérea o Carta Porte, según el medio de transporte utilizado) con sello y firma del personal autorizado o representante de la empresa de transporte o del agente de carga.
4. Documento que acredite el mandato a favor del despachador: copia o fotocopia del documento de transporte debidamente endosado o poder especial.
5. Otros según la naturaleza de la mercancía.

Procedimiento según la SUNAT ADUANAS para la gestión Exportación Definitiva INTA-PG.02 (V6):

1. Numeración de la DAM:

El despachador de aduana transmite electrónicamente la información de los datos provisionales.

La Aduana convalida la información en el SIGAD, genera el número de DAM y deja expedita la mercancía para ser ingresada a Zona primaria.

2. Ingreso de la mercancía a la Zona Primaria:

El despachador de aduana ingresa la mercancía a un Depósito temporal donde será embarcada para su exportación, ubicado en cualquier puerto, aeropuerto o terminal DAM.

3. Transmisión terrestre, como requisito previo a la selección del canal de control de la de los datos de la Recepción de la carga por el Depósito Temporal y selección del canal de control:

El Depósito Temporal debe transmitir la información de la recepción de la mercancía dentro de las 02 horas contadas a partir de lo que suceda último:

- La recepción de la totalidad de la mercancía
 - La presentación de la DAM por el despachador de aduana
- El SIGAD la valida y asigna el canal de control (rojo o naranja).

4. Reconocimiento Físico:

EL despachador de aduanas solicita el reconocimiento físico, presentando:

- La DAM canal rojo
- Autorizaciones especiales en original, de corresponder.

La atención del reconocimiento físico se realiza las 24 horas del día. Se efectúa en presencia del exportador y/o despachador y/o representante del almacén. El especialista u oficial determina aleatoriamente las mercancías seleccionadas a reconocer físicamente.

5. Regularización:

La Administración Aduanera mediante técnicas de análisis de riesgo determina cuáles declaraciones se regularizan:

- Con la sola aceptación de la transmisión de la información complementaria y de los documentos digitalizados
- Con la presentación física de la DAM y la documentación que sustentaron la exportación a satisfacción de la Autoridad Aduanera.

Plazos del Régimen:

EL embarque deberá efectuarse dentro de los 30 días calendarios posteriores a la numeración de la DAM. La regularización se debe efectuar dentro de los 30 días calendarios posteriores a la fecha del término del embarque.

Sanciones en caso de incumplimiento:

De no cumplir con la regularización del régimen dentro del plazo establecido, el exportador se hará acreedor a la multa equivalente al 0.2 de la UIT al año 2017 (S/ 810.00).



Figura 43.- Cadena del proceso de despacho aduanero

Fuente y Elaboración: Blog comercio internacional

En caso el valor FOB de las mercancías superase dicho monto de cinco mil dólares americanos (US\$ 5 000,00), se requerirá por ley, la intervención de una agencia de aduana que tramitará el despacho en su representación, presentando el formato de Declaración Aduanera de Mercancía (DAM) y toda la documentación pertinente, de conformidad con lo establecido en el Procedimiento General INTA-PG.02, disponible en la siguiente ruta:

Portal SUNAT (www.sunat.gob.pe)/ Legislación / Legislación Aduanera/ Procedimientos de Despacho/ Exportación Definitiva.

- Pueden exceptuarse del ingreso a los depósitos temporales las siguientes mercancías:
 - Perecibles que requieran un acondicionamiento especial;
 - Peligrosas tales como: explosivas, inflamables, tóxicas, infecciosas, radioactivas y corrosivas;
 - Maquinarias de gran peso y volumen;
 - Animales vivos;
 - Mercancías a granel (que se embarquen sin envases ni continentes);
 - Otras mercancías que a criterio de la Autoridad Aduanera califiquen para tal fin.
- No procede la exportación definitiva de mercancías prohibidas. La exportación de mercancías restringidas está sujeta a la presentación de autorizaciones según corresponda.

Para mayor información sobre mercancías restringidas y prohibidas, se sugiere consultar los siguientes accesos:

Consulta de Mercancías Restringidas en www.sunat.gob.pe, ruta: Orientación Aduanera / Mercancías Restringidas.

Consulta del Procedimiento Específico de Control de Mercancías Restringidas y Prohibidas en: www.sunat.gob.pe, ruta: Legislación/ Legislación Aduanera/ Procedimientos de Despacho/ Procedimientos Asociados / Control de Mercancías Restringidas y Prohibidas.

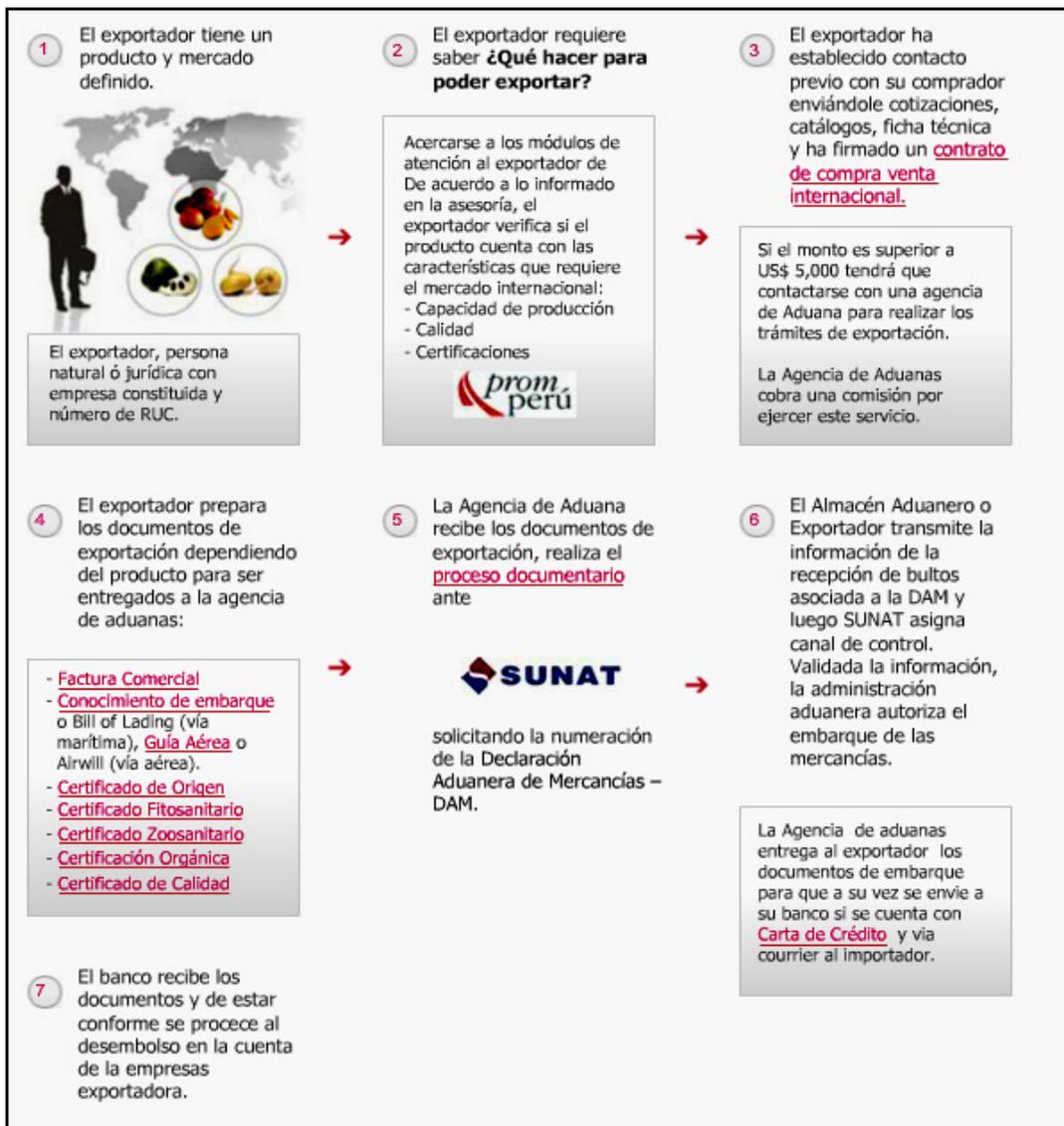


Figura 44.- Proceso de exportación

Fuente: SIICEX Perú

5.7 Gestión de las operaciones de exportación: Flujograma de exportación

Mediante el siguiente flujograma, se podrá visualizar el proceso de salida de los productos desde la llegada de la carga al Puerto de Callao - Perú hacia el puerto de Vancouver - Canadá.

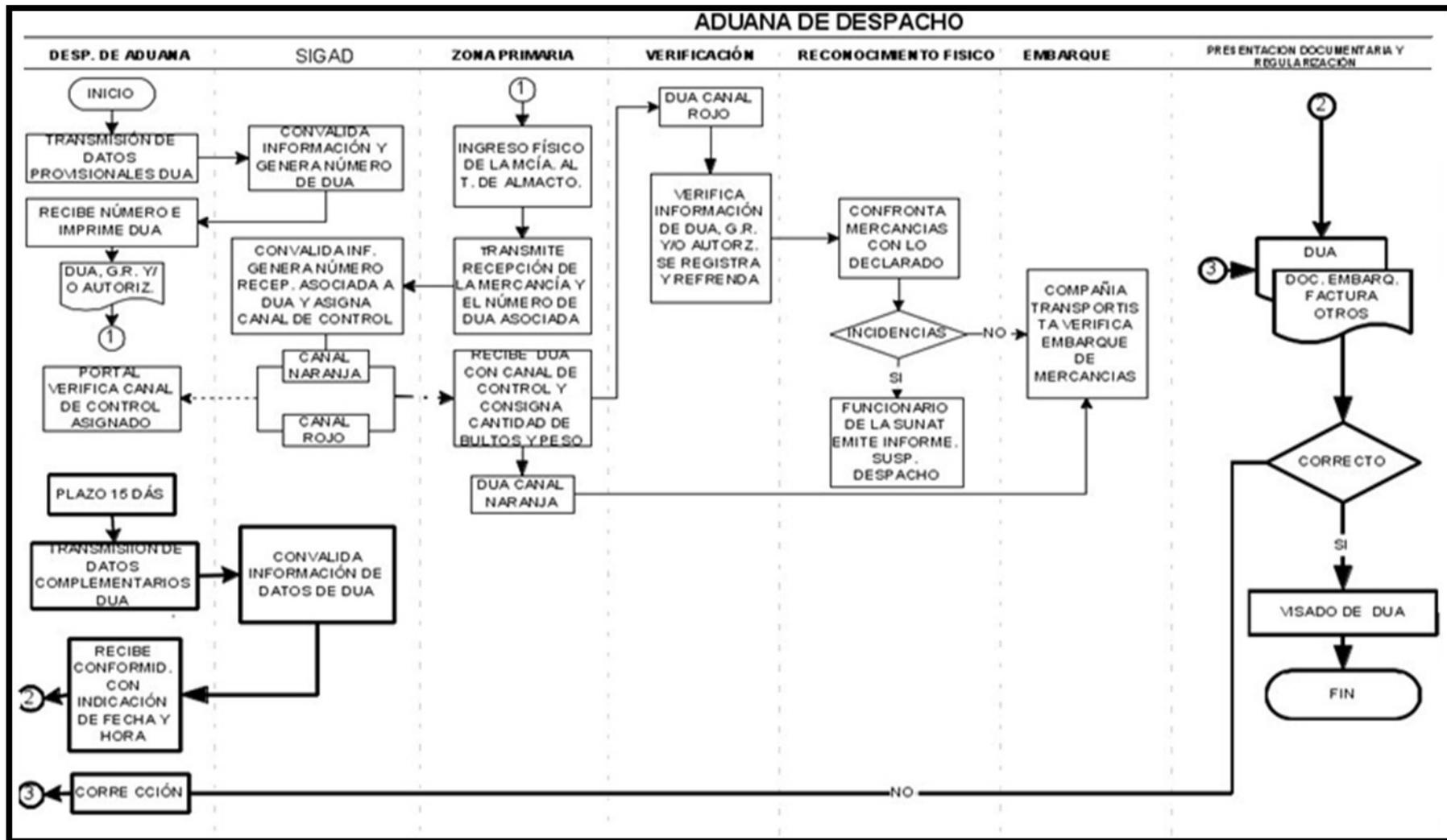


Figura 45.- Proceso de exportación definitiva

Fuente: Sunat

6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1 Inversión fija

6.1.1 Activos tangibles

En el presente plan de negocios, la empresa “Sweet Potato S.A.C.” ha tomado en consideración los siguientes bienes para la implementación y correcto funcionamiento de la empresa.

Tabla 51.- Activos Tangibles - Expresados en dólares.

Inversión Activos Tangibles en dólares				
Concepto	Cantidad	Precio unitario	Sub-Total	Total
Equipos				\$ 2,868.62
Computadoras	2	615.38	1230.77	
Laptop	1	923.08	923.08	
Impresoras	2	76.92	153.85	
Extintor polvo ABC 6kg	2	55.38	110.77	
Fax	1	76.92	76.92	
Ventiladores	3	46.15	138.46	
Microondas	1	61.54	61.54	
Teléfono para Anexos	1	44.62	44.62	
Celulares movistar Plan 99	2	30.46	60.92	
Equipo para Limpieza (Balde, Limpiadores, Escobas, Otros)	1	67.69	67.69	
Muebles y Enseres				\$ 616.92
Escritorio Ejecutivo 2mt	1	123.08	123.08	
Escritorio Ejecutivo 1.2mt	1	76.92	76.92	
Sillas Oficina	3	56.92	170.77	
Sillones de Sala Espera	2	67.69	135.38	
Estantería plastificada para los insumos/materiales de Limpieza	2	55.38	110.77	
Accesorios de oficina				\$ 53.54
Tachos de basura	3	5.54	16.62	
Floreros	2	4.62	9.23	
Otros	3	9.23	27.69	
Utilitarios				\$ 406.15
Lápices	100	0.25	24.62	
Sobres de manila	100	0.09	9.23	
Materiales de Oficina (Mecánicos: Tijeras, Grampas)	6	36.92	221.54	
Etiquetas	100	0.06	6.15	
Archivadores	100	0.46	46.15	
Hojas bond	10	3.69	36.92	
Otros	5	12.31	61.54	
Inversión Tangible				\$ 3,945

Elaboración propia.

En este cuadro se detalla los activos tangibles de la empresa que suma el monto de 3,945.00 dólares de activos fijos.

Se observa la inversión en activos tangible que se va a realizar con el propósito de utilizarlos en la actividad que desarrolla la empresa y no para su venta. Están constituidos por los muebles y enseres y equipos

6.1.2 Activos intangibles

En el siguiente cuadro se podrá observar los detalles de activos intangibles que la empresa asumirá para el inicio de sus operaciones.

Tabla 52.- Activos Intangibles-Expresados en dólares

Inversión Activos Intangibles en dólares				
Concepto	Cantidad	Precio unitario	Sub-Total	Total
Intangibles				\$ 3,186.68
Constitución de la Sociedad	1	76.92	76.92	
Otros Gastos de Constitución Empresa	1	61.54	61.54	
Gastos de Organización (Ruc, Licencia)	1	176.92	176.92	
Trámite SUNARP	1	98.46	98.46	
Trámite INDECOPI	1	196.92	196.92	
Trámites Municipales	1	37.45	37.45	
Permiso a DIGESA	1	92.31	92.31	
Diseño Pagina Web	1	600.00	600.00	
Pago de Garantía del Local	1	1846.15	1846.15	
Inversión Intangible				\$ 3,187

Elaboración propia.

Se pueden observar los activos intangibles que la empresa que permitirá a la empresa generar un mayor beneficio en la venta del producto.

6.2 Capital de trabajo

Para la inversión en el Capital de Trabajo se utiliza el método del déficit máximo acumulado ya que se genera un déficit de caja hasta el año 2 más una caja mínima de 20,000 soles para imprevistos del mes.

Tabla 53.- Capital de Trabajo en dólares.

Capital de trabajo expresado en dólares				
Concepto	Costo unitario	Costo mensual	Costo trimestral	Costo anual
Valor actual de capital de trabajo		14,976	44,928	104,737
Capital de trabajo		8,822.25	26,467	98,583.08
Caja		6,153.85	6,154	6,153.85
Costo de producto tercerizado	0.66	2,808.00	8,424.00	33,696.00
Costo de producto tercerizado	0.22	2,326.15	6,978	27,913.85
Transporte de materia prima	0.15	166.15	498	1,993.85
Caja, embalaje y rotulados	0.22	232.62	698	2,791.38
Transporte del proveedor hacia almacén	0.08	83.08	249	996.92
Gasto de personal		1,815.38	5,446.15	21,784.62
Gerente General		553.85	1,662	6,646.15
Asistente de logística		307.69	923	3,692.31
Asistente Comercial		307.69	923	3,692.31
Contador (Externo)		123.08	369	1,476.92
Secretaria		261.54	785	3,138.46
Operario		261.54	785	3,138.46
Materiales indirectos		23.08	69.23	92.31
Recogedor		1.54	5	6.15
Escoba		3.08	9	12.31
Jabón liquido		6.15	18	24.62
Plumero		1.54	5	6.15
Desinfectante		6.15	18	24.62
Papel Higiénico		4.62	14	18.46
Gastos fijos		738.46	2,215.38	8,861.54
Pago de alquiler de local 1		615.38	1,846	7,384.62
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)		123.08	369	1,476.92
Costo de exportación		947.69	2,843.08	11,372.31
Transporte del almacén hacia puerto		55.38	166	664.62

Certificado de tratamiento térmicos - paletas		193.85	582	2,326.15
Derechos de embarque		76.92	231	923.08
Transmisión electrónica		55.38	166	664.62
Trámite documentario		76.92	231	923.08
Gasto administrativo		55.38	166	664.62
V°B - Agentes portuarios		76.92	231	923.08
Agenciamiento de Aduanas		80.00	240	960.00
Gastos Operativos		107.69	323	1,292.31
Aforo físico		61.54	185	738.46
Gastos de Almacén		107.69	323	1,292.31
Gastos administrativos		39.69	119.08	476.31
Hojas bond	10	9.23	28	110.77
Folder de palanca	1.8	5.54	17	66.46
Lapiceros	1	3.69	11	44.31
Lápices	0.8	2.95	9	35.45
Perforador	4	3.69	11	44.31
Engrampador	5.8	5.35	16	64.25
Hojas membretadas	0.3	9.23	28	110.77
Gastos de ventas		22,300.00		22,300.00
Página web		600.00		
Espacio en la feria (Stand)		10,000.00		
Pasajes a Canadá		4,000.00		
Alojamiento				
Decoración del Stand		3,500.00		
Movilidad		500.00		
Alimentación		200.00		
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras		3,500.00		

Elaboración propia.

Se puede observar que al cálculo de la inversión en capital de trabajo que supone calcular cuánto es la inversión necesaria para ser frente los principales egresos operativos hasta que los ingresos puedan cubrir los egresos en el primer año.

6.3 Inversión total

En siguiente cuadro muestra el resumen de los activos que componen el total de la inversión, sumado el capital de trabajo.

Tabla 54.- Inversión total anual- Expresado en dólares.

Inversión Total	Montos	%
Inversión Tangibles	\$ 3,945	4%
Inversión en Intangibles	\$ 3,187	3%
Inversión en Capital de Trabajo Anual	\$ 104,737	94%
Inversión Total	\$ 111,869	100%

Elaboración propia.

Tabla 55.- Inversión total trimestral - Expresado en dólares.

Inversión Total	Montos	%
Inversión Tangibles	\$ 3,945	8%
Inversión en Intangibles	\$ 3,187	6%
Inversión en Capital de Trabajo Trimestral	\$ 44,928	86%
Inversión Total	\$ 52,060	100%

Elaboración propia.

Se detallan las inversiones que se requieren para la comercialización de galletas de maca. Los montos están expresados en dólares. El total de dinero a invertir en activos tangibles será de \$. 3,945 la inversión en activo intangible es de \$. 3,187 y el capital de trabajo que considera aquellos

recursos que requiere la empresa para poder operar, es de un monto de \$. 52, 060 que equivale a 3 meses de operatividad.

Por lo tanto, la inversión total requerida para este proyecto es de **\$. 52,060**. Se observa que el mayor porcentaje está representado por el capital de trabajo con un 86% del total, asimismo activos tangibles representan el 8% del total y activos intangible el 6% del total.

6.4 Estructura de inversión y financiamiento

La estructura de capital de la empresa es de 60.2% aporte propio y 39.8% capital financiado por el Banco, puesto que se solicitará un prestado de \$ 20,000 dólares que al tipo de cambio S/. 3.25 soles es de S/. 65,000 soles.

Tabla 56.- Estructura de Capital-Expresado en nuevos soles.

Datos de financiamiento	Soles	Dólares
% Aporte propio	64.9%	64.9%
% Financiado	35.1%	35.1%
Préstamo a mediano plazo	65,000	20,000
Aporte propio	120,000	36,923
Total	S/. 185,000.00	\$ 56,923.08

Elaboración propia.

Se observa la estructura de financiamiento de la empresa, la cual está constituida por el aporte de capital propio de 70.6% que es necesario para poder comercializar el producto, con lo cual se deduce que el 35.1% restante será financiado con un préstamo. El aporte de capital propio es de S/. 120,000 con versión a dólares es de \$ 36,923 dólares; mientras que el financiado con un préstamo bancario es de \$ 20,000 dólares que al tipo de cambio S/. 3.25 soles es de S/. 65,000 soles.

6.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito

Como parte del financiamiento del Capital de Trabajo, se solicitará un préstamo al Banco Scotiabank, por el monto de \$ 20.000 soles en un periodo de 3 años.

Tabla 57.- Créditos bancarios – Capital de trabajo para microempresas

Moneda nacional	BCP	Interbank	BIF	Scotiabank	BBVA Continental
Tasa efectiva anual (Capital de trabajo)	Min 25%/ Max 60%	Min 30%/ Max 55%	Min 18.99%/ Max 75%	20%	32%

Elaboración propia con base en BCP, INTERBANK, BIF, SCOTIABANK, BBVA

Tabla 58.- Créditos – capital de trabajo para microempresas

Moneda Nacional	EDPYMES Proempresa	COFIDE	Financiera TFC	Caja Rural “Señor de Luren”	Caja Metropolitana
Tasa efectiva anual (Capital de trabajo)	Min 25%/ Max 50%	24%	Min 25%/ Max 60%	Min 26,82%/ Max 101,22%	Min 26,55%/ Max 56,55%

Elaboración propia

Se investigó dentro de las principales entidades en el mercado financiero las tasas efectivas para inversión de capital de trabajo:

Se puede apreciar que nuestro costo efectivo anual del 20 % está fluctuando en el promedio de créditos que las entidades bancarias estarían brindando para las empresas que desean obtener un capital del trabajo.

Por ser una empresa que recién inicia sus operaciones y al no contar con un historial crediticio es difícil que una entidad financiera pueda otorgar un préstamo. Para ello la empresa ha visto conveniente realizar un préstamo con aval financiero de un familiar.

El familiar por ser un empresario y cliente del Banco Scotiabank cuenta con historial crediticio que permite avalar a la empresa con un préstamo que sería una estrategia para poder financiar la inversión que necesita la empresa.

Tabla 59.- Condiciones de crédito (Expresado en dólares)

Préstamo en dólares	\$ 20,000.00
Tiempo (mensual)	36
Tasa interés mensual	1.53%
TEA - TC. S/. 3.25	20%
Valor de la Cuota	\$ 726.78
Valor de la Cuota	S/. 2,362.03

Fuente: Elaboración propia

Se observa las características del préstamo de la empresa, la cual está constituida por un préstamo bancario de \$ 20,000 dólares en tres años, con un costo efectivo mensual del 1.53%, no hay periodo de gracia y el valor de la cuota es de \$726.78 dólares



PRÉSTAMOS PARA CAPITAL DE TRABAJO - CRÉDITO EMPRESARIAL

Contiene cambios vigentes desde: 28.09.2015 **Última actualización: 28.09.2015**

Concepto	Tarifas		Forma de Aplicación	Observaciones
	M. N. (S/.)	M. E. (US\$)		
Tasas (*)				
Tasa Efectiva Anual (T.E.A.) Capital de Trabajo Empresarial - Préstamo en Cuotas	25.00%	20.00%	En cada operación	A cargo del Deudor
Interés Compensatorio por cuota vencida	TEA x 1.50 Mín: 22.00% Máx: 47.00%	TEA x 1.50 Mín: 20.00% Máx: 35.00%	Desde el vencimiento hasta su cancelación	A cargo del deudor (Todos los Segmentos)
Interés Moratorio	15.25%	12.00%	En la cancelación.	A cargo del Deudor

Figura 46.- Préstamo de Scotiabank en dólares

Fuente: Scotiabank

Tabla 60.- Flujo de Caja de Deuda- Expresado en dólares.

Meses	Saldo deudor	Interés	Amortización	Renta	Ahorro tributario	Flujo de caja después de impuesto
0	20,000				Escudo Fiscal	
1	19,579	306.19	420.59	726.8	3.06	723.72
2	19,152	299.75	427.03	726.8	3.00	723.78
3	18,719	293.21	433.57	726.8	2.93	723.85
4	18,279	286.58	440.20	726.8	2.87	723.91
5	17,832	279.84	446.94	726.8	2.80	723.98
6	17,378	272.99	453.79	726.8	2.73	724.05
7	16,917	266.05	460.73	726.8	2.66	724.12
8	16,449	258.99	467.79	726.8	2.59	724.19
9	15,974	251.83	474.95	726.8	2.52	724.26
10	15,492	244.56	482.22	726.8	2.45	724.33
11	15,003	237.18	489.60	726.8	2.37	724.41
12	14,505	229.68	497.10	726.8	2.30	724.48
13	14,001	222.07	504.71	726.8	2.22	724.56
14	13,488	214.34	512.43	726.8	2.14	724.64
15	12,968	206.50	520.28	726.8	2.06	724.71
16	12,440	198.53	528.24	726.8	1.99	724.79
17	11,903	190.45	536.33	726.8	1.90	724.87
18	11,359	182.24	544.54	726.8	1.82	724.96
19	10,806	173.90	552.88	726.8	1.74	725.04
20	10,245	165.44	561.34	726.8	1.65	725.12
21	9,675	156.84	569.94	726.8	1.57	725.21
22	9,096	148.12	578.66	726.8	1.48	725.30
23	8,509	139.26	587.52	726.8	1.39	725.39
24	7,912	130.26	596.52	726.8	1.30	725.48
25	7,306	121.13	605.65	726.8	1.21	725.57
26	6,692	111.86	614.92	726.8	1.12	725.66
27	6,067	102.44	624.34	726.8	1.02	725.75
28	5,433	92.89	633.89	726.8	0.93	725.85
29	4,790	83.18	643.60	726.8	0.83	725.95
30	4,136	73.33	653.45	726.8	0.73	726.05
31	3,473	63.32	663.46	726.8	0.63	726.15
32	2,799	53.17	673.61	726.8	0.53	726.25
33	2,115	42.85	683.93	726.8	0.43	726.35
34	1,421	32.38	694.40	726.8	0.32	726.46
35	716	21.75	705.03	726.8	0.22	726.56
36	0	10.96	715.82	726.8	0.11	726.67

Fuente: Elaboración propia

Se puede apreciar el flujo de caja del préstamo obtenido por la empresa, la cual está constituida por el saldo deudor, el cual ira progresivamente disminuyendo a medida que se amortice la deuda mensualmente. Además del préstamo que nos servirá para financiar el proyecto de exportación se debe tener en cuenta el escudo fiscal, el cual es deducible del impuesto a la renta. El ahorro tributario se calcula del impuesto a la renta multiplicado por el interés, lo cual es restado a la renta para calcular el flujo de caja después de impuesto.

6.6 Presupuesto de costos

El siguiente cuadro muestra los conceptos que comprenden los costos variables de ventas.

Tabla 61.- Costos de Producto Tercerizado - (Expresado en dólares)

Años	2017	2018 4%	2019 5%	2020 6%	2021 7%
Costo de Compra de producto Tercerizado	33,696.00	35,043.84	36,796.03	39,003.79	41,734.06
Costos de Exportación	11,372.31	11,827.20	12,418.56	13,163.67	14,085.13
Costo de venta	45,068.31	46,871.04	49,214.59	52,167.47	55,819.19

Fuente: Elaboración propia

Tabla 62.- Costos de Exportación (Expresado en dólares)

Descripción	2017	2018 2%	2019 2%	2020 2%	2021 2%
Transporte del almacén hacia puerto	664.62	677.91	691.47	705.30	719.40
Certificado de tratamiento térmicos - paletas	2,326.15	2372.68	2420.13	2468.53	2517.90
Derechos de embarque	923.08	941.54	960.37	979.58	999.17
Transmisión electrónica	664.62	677.91	691.47	705.30	719.40
Trámite documentario	923.08	941.54	960.37	979.58	999.17
Gasto administrativo	664.62	677.91	691.47	705.30	719.40
V°B - Agentes portuarios	923.08	941.54	960.37	979.58	999.17
Agencia miento de Aduanas	960.00	979.20	998.78	1018.76	1039.13
Gastos Operativos	1,292.31	1318.15	1344.52	1371.41	1398.84
Aforo físico	738.46	753.23	768.30	783.66	799.33
Gastos de Almacén	1,292.31	1318.15	1344.52	1371.41	1398.84
Total	11,372.31	11,599.75	11,831.75	12,068.38	12,309.75

Fuente: Elaboración propia.

Costos indirectos

Tabla 63.- Materiales Indirectos (Expresado en dólares)

Materiales de limpieza	2017	2018 2%	2019 2%	2020 2%	2021 2%
Útiles de limpieza	92.31	94.15	96.04	97.96	99.92
Total de materiales indirectos	92.31	94.15	96.04	97.96	99.92

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 64.- Gastos de personal (Expresado en dólares)

Descripción	2017	2018 2%	2019 2%	2020 2%	2021 2%
Gerente General	6,646.2	6,779.1	6,914.7	7,053.0	7,194.0
Asistente de logística	3,692.3	3,766.2	3,841.5	3,918.3	3,996.7
Asistente Comercial	3,692.3	3,766.2	3,841.5	3,918.3	3,996.7
Contador (Externo)	1,476.9	1,476.9	1,476.9	1,476.9	1,476.9
Operario	3,138.5	3,201.2	3,265.3	3,330.6	3,397.2
Secretaria	3,138.5	3,201.2	3,265.3	3,330.6	3,397.2
Gasto de personal total	21,784.6	22,190.8	22,605.0	23,027.6	23,458.6

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 65.- Gastos Fijos (Expresado en dólares)

Descripción	2017	2018 2%	2019 2%	2020 2%	2021 2%
Pago de alquiler de local	7,384.62	7,532.31	7,682.95	7,836.61	7,993.35
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	1,476.92	1,506.46	1,536.59	1,567.32	1,598.67
Total Gastos Fijos	8,861.54	9,038.77	9,219.54	9,403.94	9,592.01

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 66.- Gastos administrativos (Expresado en dólares)

Materiales de oficina	2017	2018 2%	2019 2%	2020 2%	2021 2%
Útiles de oficina	172.59	176.04	179.56	183.15	186.82
Total de gastos administrativos	172.59	176.04	179.56	183.15	186.82

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 67.- Gastos de Ventas (Expresado en dólares)

Descripción	2017	2018 2%	2019 2%	2020 2%	2021 2%
Página web	600.00	612.00	624.24	636.72	649.46
Espacio en la feria (Stand)	10,000.00	10,200.00	10,404.00	10,612.08	10,824.32
Pasajes a Canadá	4,000.00	4,080.00	4,161.60	4,244.83	4,329.73
Alojamiento					
Decoración del Stand	3,500.00	3,570.00	3,641.40	3,714.23	3,788.51
Movilidad	500.00	510.00	520.20	530.60	541.22
Alimentación	200.00	204.00	208.08	212.24	216.49
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	3,500.00	3,570.00	3,641.40	3,714.23	3,788.51
Total gasto de ventas	22,300.00	22,746.00	23,200.92	23,664.94	24,138.24

Fuente: Elaboración propia.

6.7 Punto de equilibrio

Considerando una estrategia de recursos humanos, logramos mejorar nuestros costos fijos, por lo tanto, nuestras ventas en están por encima del punto de equilibrio desde el primer año.

Tabla 68.- Costos Fijos (Expresado en dólares)

Gastos de personal	\$	21,784.62
Materiales indirectos	\$	92.31
Gastos fijos	\$	8,861.54
Gastos administrativos	\$	476.31
Gasto de ventas	\$	22,300.00
Costo fijo Total	\$	53,514.77

Elaboración: Propia

Se observa los costos fijos en el que va incurrir la empresa. Los costos fijos son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, comercialice o no comercialice debe pagarlos. Los costos fijos de la empresa están constituidos por gastos de personal, materiales indirectos, gastos fijos, gastos administrativos, gastos financieros y gastos de ventas lo que hacen un total de \$ 53.514,77 para el primer año.

Tabla 69.- Costos variables

Costo de producto tercerizado	\$	33,696.00
Costo de exportación	\$	11,372.31
Costo variable total	\$	45,068.31

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 70.- Costos Totales (Expresado en dólares)

Costo Fijo Total	Costo variable Total	Costo Total
53,515	45,068	98,583.08

Elaboración: Propia.

Se observa el costo total en el que va incurrir la empresa. El costo total de la empresa está constituido por la suma del costo fijo y costo variable que hacen un total de \$ 98,583.08 para el primer año.

A continuación, se calculará el punto de equilibrio para el primer producto.

Dónde:

Q = Cantidad en unidades

Pv = Precio de venta por unidad

Cvu = Costo variable por unidad

CFT = Costo fijo total

Producción mínima en unidades: $Q = CFT / Pv - Cvu$

Para cubrir los costos entonces:

Productos en un año: 129,600 kilos

Costo fijo total: \$. 53.515

Precio: 1.27 por kilo

Costo Variable unitario por caja = \$. 0.35

Desarrollando con la fórmula: $Pe = CF / (PVU - CVU)$

53.515

$$\text{Pe en Cantidad} = \frac{53.515}{1.27 - 0.35} = 106,731 \text{ kilos.}$$

Por lo tanto, la cantidad mínima que se debe comercializar en donde los ingresos son iguales a los egresos es 106,731 cajas anuales para no ganar ni perder y la venta adicional de una unidad representará la ganancia para la empresa.

Punto de equilibrio en dinero: $106,731 \times 1.27 = \$ 135,698.70$ dólares.

Tabla 71.- Estructura de Precio (Expresado en dólares.)

CVU	0.35
CFU	0.41
Costo unitario	0.76
Margen de ganancia	30%
Valor de venta	1.09
IGV	0.18
Precio de venta FOB	1.27
Punto de equilibrio (En cantidad)	106,731
Punto de equilibrio (En dinero)	\$ 135,698.70

Elaboración propia.

6.8 Tributación de la exportación

La exportación de mercancía no está afecta al pago de ningún tributo. Sin embargo, se puede obtener información sobre los gravámenes de importación vigentes, sin afecto a los derechos antidumping.

MEDIDAS IMPOSITIVAS PARA LAS MERCANCIAS DE LA SUBPARTIDA NACIONAL 0714.20.90.00 ESTABLECIDAS PARA SU INGRESO AL PAÍS

TIPO DE PRODUCTO:	DS.340-2014-EF-DS.314-2014-EF-FE ERRATAS 08.11.2014-DS.312-2
--------------------------	--

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

N.A.: No es aplicable para esta subpartida

Fuente: Aduanet

Hay dos regímenes que favorecen a los exportadores las cuales son:

DRAWBACK

Permite obtener como consecuencia de la exportación, la devolución de un porcentaje del valor FOB del bien exportado, en razón a que el costo de producción se ha visto incrementado por los derechos arancelarios que gravan la importación de insumos incorporados o consumidos en la producción del bien exportado.

Tabla 72.- Drawback a la exportación

DRAWBACK A LA EXPORTACIÓN	
Pueden acogerse a la Restitución las empresas productoras – exportadoras. *	El porcentaje de restitución estará vigente hasta el 31 de diciembre del 2018.
Los insumos que van a ser incorporados o consumidos en el bien exportado pueden ser materias primas, productos intermedios, partes y piezas.	La restitución se efectuará hasta los primeros UU\$ 20 millones anuales de exportación de productores por SPA y por empresa exportadora no vinculada.
Los insumos pueden ser adquiridos por importación directa por el beneficiario, importación por terceros o insumos importados adquiridos de proveedores locales.	La restitución procederá siempre que los bienes hayan sido importados dentro de los 36 meses anteriores a la fecha de exportación.
El porcentaje de restitución actual es de 4% del FOB exportado con el tope del 50% de su costo de producción.	Las solicitudes de restitución deberán ser numeradas dentro del plazo de 180 días hábiles desde la fecha del término de embarque y por montos superiores a US\$ 500.

Fuente: Siicex

Elaboración: Propia

No podrán acogerse al sistema de restitución a que se refiere el presente Reglamento las exportaciones de productos que tengan incorporados insumos extranjeros que hubieren sido ingresados al país mediante el uso de mecanismos aduaneros suspensivos o exonerados de aranceles o de franquicias aduaneras especiales o con el uso de cualquier otro régimen devolutivo o suspensivo de derechos y gravámenes aduaneros.

*También se entiende como empresa productora - exportadora, aquella que encarga total o parcialmente a terceros la producción o elaboración de los bienes que exporta.

PERMITE LA DEVOLUCIÓN DEL IGV

Permite obtener el Saldo a Favor del Exportador (SFE) por el monto del IGV que hubiera sido consignado en los comprobantes de pago correspondientes a las adquisiciones de bienes, servicios, contratos de construcción y las declaraciones de importación.

Tabla 73.- Devolución del IGV a la exportación

DEVOLUCIÓN DEL IGV A LA EXPORTACIÓN	
El SFMB Corresponde al monto a favor por la deducción del Impuesto Bruto del IGV a cargo del sujeto.	En caso el contribuyente no tenga pagos del IR pendiente o estos sean menores del SFMB, podrá compensarlo con la deuda tributaria de cualquier otro tributo que sea ingreso del Tesoro Público.
Para determinar el SFE los comprobantes de pago, notas de crédito y débito y las declaraciones de importación y exportación, deberán ser registradas en los libros de contabilidad y en los registros de compra y venta.	Límite del SFMB equivale a las exportaciones realizadas en el periodo por el 18%.
Para determinar el SFMB se debe considerar el resultado positivo de la fórmula: Impuesto Bruto IGV – SFE.	El Saldo que exceda dicho límite podrá ser arrastrado como Saldo a Favor por Exportación a los meses siguientes.
El SFMB puede ser compensado con la deuda tributaria por pagos a cuenta y con el pago de regularización del impuesto a la renta.	El plazo para resolver la solicitud de devolución del SFMB es de 5 días hábiles y 1 día hábil en caso se presente una garantía junto a la solicitud de devolución.

Fuente: Siicex

Elaboración: Propia

La devolución se realiza a través de Notas de Crédito Negociables y tienen una vigencia de 180 días a partir de la fecha de su emisión.

El artículo 34° del TUO de la Ley del IGV e ISC señala que el monto del IGV que hubiera sido consignado en los comprobantes de pago correspondientes a las adquisiciones de bienes, servicios, contratos de construcción y las pólizas de importación dará derecho a un Saldo a Favor del Exportador (SFE), conforme lo disponga el Reglamento. El Saldo a Favor por Exportación se deducirá del Impuesto Bruto del IGV a cargo del sujeto. De quedar un monto a favor, este se denominará Saldo a Favor Materia del Beneficio (SFMB)

6.9 Presupuesto de ingresos

Los ingresos de se observan en el cuadro representan en el segundo año el 4% de nuestro mercado objetivo, llegando hasta un 7% en el quinto año, según la estrategia planteada.

Tabla 74.- Ventas en los Próximos Años (Expresado en dólares)

Años	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	164,775	171,366	179,934	190,730	204,081
Tasa de crecimiento	0	4%	5%	6%	7%

Fuente: Elaboración propia

Las ventas, refleja los cinco años proyectados de la evaluación del negocio. El valor representado por los ingresos por ventas del primer año es \$. 164,775 dólares.

Tabla 75.- Saldo a favor del exportador. (Expresado en dólares)

Años	0	2017	2018	2019	2020	2021
Costo de compra de producto tercerizado		33,696	35,044	36,796	39,004	41,734
Gastos administrativos		172.59	176.04	179.56	183.15	186.82
Gasto de ventas		22,300.00	22,746.00	23,200.92	23,664.94	24,138.24
Materiales indirectos		8,861.54	9,038.77	9,219.54	9,403.94	9,592.01
Total		65,030	67,005	69,396	72,256	75,651
IGV de ventas 17%		28,011.68	29,132.14	30,588.75	32,424.08	34,693.76
IGV Compras 17%		11,055	11,391	11,797	12,283	12,861
IGV de inversiones	1,212					
Diferencias de IGV	1,212	16,957	17,741	18,791	20,141	21,833
Devolución del IGV		15,744	17,741	18,791	20,141	21,833

Elaboración propia.

Se observa el crédito fiscal que es la diferencia del IGV de ventas menos el IGV de compras. Sin embargo, se trata de una exportación, el cual está exonerado al pago de IGV. Por lo tanto, la diferencia del IGV de ventas menos IGV compras es el saldo a favor del exportador. Esta devolución de IGV de compras está considerada dentro de los ingresos tanto en el estado de ganancias y pérdidas como en el flujo de caja económico.

6.10 Presupuesto de egresos

El siguiente cuadro muestra los conceptos que comprenden Gastos Administrativos y Gastos de Ventas.

Costos directos

Tabla 76.- Costo variables en dólares

Años	2017	2018 4%	2019 5%	2020 6%	2021 7%
Costo de compra de producto tercerizado	33,696	35,044	36,796	39,004	41,734
Costos de Exportación	11,372	11,827	12,419	13,164	14,085
Costo de venta	45,068	46,871	49,215	52,167	55,819

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 77.- Presupuesto proyectado de costos fijos (Expresado en dólares)

Descripción	2017	2018 2%	2019 2%	2020 2%	2021 2%
Gastos de personal	21,785	22,220	22,665	23,118	23,580
Materiales indirectos	92	94	96	98	100
Gastos fijos	8,862	9,039	9,220	9,404	9,592
Gastos administrativos	476	486	496	505	516
Gasto de ventas	22,300	22,746	23,201	23,665	24,138
Total	53,515	54,585	55,677	56,790	57,926

Fuente: Elaboración propia.

6.11 Flujo de caja proyectada

En el siguiente cuadro presentamos un resumen de nuestros ingresos y egresos operativos y de inversión antes que se paguen a los acreedores y accionistas. Se considera que toda la inversión de capital de trabajo se recupera al final del periodo y el activo fijo se recupera.

Tabla 78.- Flujo de caja económico (Expresado en dólares)

Período (años)	0	2017	2018	2019	2020	2021
Ingresos Operativos		164,775	171,366	179,934	190,730	204,081
Egresos Operativos		109,638	112,847	116,689	121,241	126,606
Flujo de Caja Operativo		55,136	58,519	63,245	69,489	77,475
Inversiones en Activo Fijo Tangible	3,945					
Inversiones en Activos Fijo intangible	3,187					
Inversiones en Capital de Trabajo	104,737					104,737
Valor residual						308
Total flujo de Inversiones	111,869	0	0	0	0	105,045
Flujo de Caja Económico real	-111,869	55,136	58,519	63,245	69,489	182,520

Fuente: Elaboración propia

El flujo de Caja o dinero en efectivo es un informe financiero que muestra el flujo o el movimiento del dinero que recibimos a través de nuestros ingresos netos u otras fuentes y lo que gastamos. El saldo de esta diferencia nos dará un flujo de efectivo excedente o deficiente, en dependencia si la cantidad es positiva o negativa.

Tabla 79.- Flujo de caja financiero (Expresado en dólares)

Flujo de Caja Económico real	-111,869	55,136	58,519	63,245	69,489	182,520
Flujo de deuda						
- Ingresos por préstamos	20,000					
- Egresos por servicio de deuda	0	8,689	8,700	8,713		
Total flujo de deuda	20,000	8,689	8,700	8,713	0	0
Total Flujo de Caja Financiero	-91,869	46,447	49,819	54,532	69,489	182,520

Elaboración propia

Se observa el flujo de caja financiero, el cual incluye la deuda por el préstamo, asimismo dentro del egreso por servicio a la deuda ya está considerado el escudo fiscal por el ahorro tributario

El flujo de caja financiero (FCF) se define como la circulación de efectivo que muestra las entradas y salidas de capital de una empresa fruto de su actividad económica.

También se define como la suma del flujo de caja económico, dónde se puede comprobar la rentabilidad de un proyecto, pero sin tener en cuenta la financiación, y el financiamiento neto, donde sí se incorpora la financiación.

6.12 Estado de ganancias y pérdidas

Tabla 80.- Estado de ganancias y pérdidas en dólares

Periodo	0	2017	2018	2019	2020	2021
Ingresos		164,775	171,366	179,934	190,730	204,081
Costo de venta		45,068	46,871	49,215	52,167	55,819
Utilidad bruta		119,706	124,495	130,719	138,562	148,262
Gastos de ventas		22,300	22,746	23,201	23,665	24,138
Gastos fijos		8,862	9,039	9,220	9,404	9,592
Gastos administrativos		476	486	496	505	516
Materiales indirectos		92	94	96	98	100
Gasto de personal		21,785	22,220	22,665	23,118	23,580
Depreciación y amortización		679	679	679	679	102
Marketing		22,300	22,746	23,201	23,665	24,138
Utilidad operativa		43,213	46,485	51,163	57,429	66,096
Gastos Financieros		8,689	8,700	8,713		
Utilidad Antes de Impuestos		34,524	37,785	42,450	57,429	66,096
Impuesto a la renta		2,472	2,570	2,699	2,861	3,061
Utilidad neta		32,052	35,214	39,751	54,568	63,035

Fuente: Elaboración propia

Se presenta el estado de pérdidas y ganancias de la empresa que inicia con el ingreso por ventas, es decir el monto total en dólares de las ventas durante el periodo del cual se reduce el costo de venta. La utilidad bruta resultante de \$. 119,706 en el primer año representa el monto restante para cubrir los costos operativos, financieros y fiscales.

A continuación, los gastos operativos que incluyen los gastos de ventas, los gastos fijos, otros costos fijos, depreciación y amortización y marketing se deducen de la utilidad bruta.

La utilidad operativa resultante de \$. 43,213 dólar representa la utilidad obtenida por vender los productos; este monto no considera los costos financieros ni fiscales. Después la empresa obtuvo \$. 32,052 dólares de utilidad neta antes de impuestos.

Posteriormente se calculan los impuestos a las tasas fiscales adecuadas y se deducen para determinar la utilidad neta después de impuesto. La utilidad neta después de impuesto de la empresa es de \$. **34,524 dólares.**

6.13 Evaluación de la inversión

6.13.1 Evaluación económica

Tabla 81.- Resultados económicos en dólares

EVALUACIÓN ECONÓMICA	
VAN económico (Valor actual neto)	\$204,705.51
Tasa de descuento WACC	7.51%
TIR económico (Tasa interna de retorno)	53.7%
B/C (Beneficio costo)	3.57

Elaboración: Propia

Se observa la evaluación económica de la empresa, se puede concluir que este proyecto es rentable, ya que el flujo de efectivo económico cumple con las condiciones para que un proyecto pueda ser aceptado dando como resultado VAN igual a \$. 204,705.51 un TIR de 53.7 % y un beneficio / costo de 3.57. Esto significa que se cumple la regla para que un proyecto sea rentable:

$$\text{VAN} > 0, \text{TIR} > \text{COK} \text{ y el } \text{B/C} > 1.$$

6.13.2 Evaluación financiera

Tabla 82.- Resultados Financieros en dólares

EVALUACIÓN FINANCIERA	
VAN económico (Valor actual neto)	\$247,155.86
Tasa de descuento COK	3.98%
TIR económico (Tasa interna de retorno)	58.6%
B/C (Beneficio costo)	4.22

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que por tratarse de un flujo de caja financiero el $V_{anf} < V_{ane}$, el $T_{irf} >$ tasa de interés del banco con lo que se produce un escudo fiscal en beneficio del inversionista. Entre los valores que se obtuvo un resultado de VANF igual a \$. 247,155.86 un TIRF de 58.6 % y un beneficio / costo de 4.22 con lo que se puede observar que el proyecto es muy rentable. De acuerdo al análisis financiero en ambos casos el proyecto es bueno, pero el financiero presenta mejores indicadores.

6.13.3 Evaluación social

El impacto social que genera el presente proyecto se sustenta en las siguientes razones:

1. El presente plan no generará ningún tipo de conflicto social o protesta, ya que el giro del negocio comprende otro tipo de mercado.
2. El presente plan contribuirá a la generación de puestos de trabajo tanto en la parte operativa de los procesos a través del productor como en toda la cadena productiva del proyecto.

Por lo expuesto anteriormente, podemos advertir que nuestro plan de negocios es viable desde el punto de vista social

6.13.4 Impacto ambiental

El presente plan de negocios, cumplirá con lo siguiente:

Estamos comprometidos con el cuidado del medio ambiente, por ello, buscamos integrar criterios de desarrollo sostenible en la totalidad de nuestras decisiones y proceso de nuestro negocio.

Las características de nuestro plan de negocios no presentan ningún impacto ambiental, por lo tanto, consideramos que nuestro plan es viable desde el punto de vista ambiental.

6.14 Evaluación de costo de oportunidad del capital de trabajo

El Costo de oportunidad o también conocido como tasa de descuento (COK), es lo mínimo que el inversionista espera recibir, a partir del COK las empresas generan valor para el propietario, ya que los retornos de los proyectos de inversión deberán ser iguales o mayores.

El COK tiene implícito la relación riesgo retorno que existe en el mercado, en este caso el retorno esperado está en función a los rendimientos en el mercado que tiene la empresa y el riesgo es la variación que existe entre el retorno real y el esperado. En un conjunto de posibilidades de inversión, el inversionista debe comparar todas las posibilidades que tiene, en el cual mida el riesgo retorno de cada elección.

Donde:

Formula del Costo de oportunidad del capital

$$\text{COK} = R_f + \beta (R_m - R_f) + RP$$

Tabla 83.- Costo de oportunidad del capital de trabajo

Kproy	Costo de oportunidad del capital	3.99%
Rf	Tasa libre de riesgo	2.50%
β	Beta del sector (Food Wholesalers)	1.20%
Rm – Rf	Prima por riesgo de mercado	7.40%
RP	Prima por riesgo país Perú	1.40%

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la rentabilidad que otorga el mercado por el capital propio, lo máximo que se deja de ganar por invertir en este proyecto es 20 %, por lo tanto, mi costo de oportunidad es 20% que es lo mínimo que espero ganar por la inversión en este proyecto de exportación de macerado de damasco.

A continuación, se calculará el costo promedio ponderado de capital (CPPC)

CPPC: (Deudas de terceros/Total de financiamiento) (Costos de la deuda) (1-tasa de impuesto) + (Capital propio/total de financiamiento) (costos de capital propio)

$$CPPK = \frac{D}{D+E} k_d (1-Tx) + \frac{E}{D+E} k_{proy}$$

Tabla 84.- Costo promedio ponderado de capital

CPPK	Costo Promedio Ponderado de Capital	7.51%
D	Deuda	US\$ 20,000.00
E	Capital propio	US\$ 36,923.08
Kd	Costo de la deuda	20.00%
Tx	Imposición fiscal	30.00%
Kproy	Costo del Capital propio	3.99%

Kproy	Fuentes de información
Rf	Tasa de bonos de Banco central de EEUU - 20JUN 2017
β	Calculo de Ajuste por riesgo del sector (Jp morgan)
Rm – Rf	Banco Central de Reserva del Perú- 20JUN 2017
RP	Calculo de Ajuste por riesgo país (Jp morgan) 20JUN 2017

Elaboración Propia

6.15 Cuadro de riesgo del tipo de cambio

El análisis de sensibilidad consiste en suponer variaciones que afecten el presupuesto de caja, por ejemplo, una disminución de cierto porcentaje en ingresos por ventas o un aumento porcentual en los costos y/o gastos que podrían darse por un incremento del tipo de cambio, lo cual sería un escenario negativo para cualquier importador. Para el caso de un incremento en el tipo de cambio, nuestra empresa podría utilizar FORWARD DE DIVISAS.

Una OPERACIÓN FORWARD de moneda extranjera es un acuerdo entre dos partes, por el cual dos agentes económicos se obligan a intercambiar, en una fecha futura establecida, un monto determinado de una moneda a cambio de otra, a un tipo de cambio futuro acordado y que refleja el diferencial de tasas. Esta operación no implica ningún desembolso hasta el vencimiento del contrato, momento en el cual se exigirá el intercambio de las monedas al tipo de cambio pactado.

El propósito del forward de divisas es administrar el riesgo en el que se incurre por los posibles efectos negativos de la volatilidad del tipo de cambio en el flujo esperado de ingresos de una empresa (por ejemplo, en el comercio exterior) o en el valor del portafolio de un inversionista (una administradora de fondos de pensiones que posee activos denominados en moneda extranjera).

En tal sentido, el mercado de forwards de monedas permite que los agentes económicos se cubran del riesgo cambiario, dando mayor certeza a sus flujos.

Las transacciones se realizan normalmente bajo un contrato marco (*master agreement*), elaborado por asociaciones profesionales de los agentes que operan en el mercado financiero internacional, los mismos que son ajustados a las normas de BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ

derecho del país que le resulten aplicables. Cada operación genera un contrato adicional en donde se establecen, de común acuerdo, las condiciones especiales para dicha operación. A continuación, se presenta un análisis de sensibilidad teniendo al tipo de cambio en diferentes escenarios y como afecta la variación al VAN, TIR y al B/C.

Tabla 85.- Análisis de sensibilidad con tipo de cambio

Detalle	Tipo de cambio	VANE	TIRE	B/C	VANF	TIRF	B/C
Escenario optimista	3.35	\$ 198,071.57	49%	3.33	\$ 236,512.55	48%	3.81
Escenario Moderado	3.25	\$ 204,705.51	53.66%	3.57	\$ 247,031.53	58.6%	4.22
Escenario pesimista	3.05	\$ 219,680.96	58%	3.62	\$ 249,920.77	67%	5.02

Elaboración: Propia

Se muestra el análisis de sensibilidad y cómo el tipo de cambio impacta en los diferentes indicadores, tanto en el económico como en el financiero. Por ejemplo, para un tipo de cambio S/. 3.25 se obtiene un B/C económico de 3.57 lo que significa que por cada dólar que se invierte se está ganando \$3.57.

Se evidencia que la empresa tiene solidez financiera contra los cambios en la tasa de cambios, ya que, a pesar de la variación de ella, el proyecto sigue siendo rentable y el grado de variación es relativamente bajo.

Tabla 87.- Análisis de Sensibilidad Por Precio de Venta

Detalle	Precio de venta	VANE	TIRE	B/C	VANF	TIRF	B/C
Escenario optimista	1.48	\$ 318,071.57	79%	4.83	\$ 376,512.55	88%	5.81
Escenario Moderado	1.27	\$ 204,705.51	53.66%	3.57	\$ 247,031.53	58.6%	4.22
Escenario pesimista	1.11	\$ 119,680.96	35%	2.62	\$ 149,920.77	37%	3.02

Elaboración: Propia

Como es de esperarse, el proyecto es muy sensible a los cambios de precio en el mercado, donde la variación es alta, ya que, al variar 20 céntimos por debajo del precio establecido, se redujo más de la mitad el TIR financiero del proyecto.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

1. Podemos concluir que la idea de negocio de Sweet Potato S.A.C. es muy buena y permite la oportunidad de exportar un producto con el valor agregado que requiere y prefiere el consumidor final.
2. Existe actualmente una alta tendencia con respecto al consumo de productos de origen natural, que cuentan con diversos valores nutritivos que benefician la salud de las personas, esta alta tendencia influye también en el incremento del precio del producto.
3. La tercerización del proceso productivo permite a la empresa enfocar su atención en la comercialización internacional y a su vez también en la elaboración de estrategias que tengan como objetivo satisfacer al consumidor de una forma eficaz y eficiente, esto permitirá a su vez obtener un mayor margen de rentabilidad.
4. Según la estrategia planteada debería llevarse a cabo el proyecto de camote morado, por que incrementa el valor de los accionistas en VANE y el VANF en tanto.
5. Se concluye que el proyecto de negocio de Sweet Potato S.A.C. es rentable, con los costos y proyecciones establecidas.
6. El proyecto es más sensible a un cambio en el precio del producto que a la variación de la tasa de cambio de la moneda.
7. La proyección de los ingresos y de los costos es base fundamental para calcular la rentabilidad de un proyecto.

7.2 Recomendaciones

1. Implementar nuevos estudios de mercado a través de Mincetur, con la finalidad de buscar la apertura de nuevos mercados y con ello incrementar el nivel de las exportaciones.
2. Se recomienda que se deben cumplir con las estrategias establecidas en el plan de negocio para el proceso de introducción del producto, ya que las mismas contribuirán a que el ingreso al mercado de Vancouver sea satisfactorio.
3. Buscar nuevos canales de comercialización con el fin de generar una mayor rentabilidad para el negocio, ello puede realizarse mediante el uso de la página Web, así como también involucrarse de manera más estrecha con el cliente para poder tener conocimiento de las necesidades del consumidor final y poder satisfacerlas teniendo en cuenta sus preferencias.
4. Se recomienda la ejecución del proyecto debido a que la posibilidad de invertir en el mismo resulta rentable, además de ello las expectativas de crecimiento son positivas considerando los resultados obtenidos en la evaluación económico-financiera.
5. Se debe monitorear los movimientos del mercado, para poder controlar los cambios en el precio del producto para evitar flujos de caja negativos durante algún periodo.
6. Contabilizar con la mayor exactitud los costos asociados al negocio, para poder realizar proyecciones más acertadas.

REFERENCIAS

1. ADEX. (14 de mayo de 2017). Distribución. Obtenido de www.adexperu.org.pe
2. Agency, C. I. (25 de mayo de 2017). Situación actual, Alemania. Obtenido de www.cia.gov
3. Agriculture and agri-food Canada. (2011). Agriculture and Agri- Food Canada. Recuperado el 20 de mayo de 2017
4. Angel Fernando Beltrán Navarro y Betty Aguilar Echeverría (2016): “Análisis de factibilidad para la exportación de camote orgánico al mercado canadiense”, Revista Caribeña de Ciencias Sociales (septiembre 2016). En línea:
<http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/09/camote.html><http://hdl.handle.net/20.500.11763/CARIBE-2016-09-camote>
5. Apoyando a la pequeña y a la mediana empresa. (12 de mayo de 2017). Obtenido de <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/nuevas-caracteristicas-de-las-micro.html>
6. C. FONSECA, R. ZUGER, T. WALKER Y J. MOLINA; (2011, 26 de noviembre); “Estudio de impacto de la adopción de las nuevas variedades de camote liberadas por el INIA, en la costa central, Perú. Caso del valle de Cañete”; Centro Internacional de la Papa; Lima-Perú. Obtenido el 26 de mayo del 2017 de <http://www.cipotato.org/library/pdfdocs/SW63967.pdf>
7. CIP. 1989. Informe anual, El CIP Inicia su programa de batata,-- Lima Perú, -- p, 9-15.
8. Cisneros, F y Alcazar, J. 2001. Manejo Integrado del Gorgojo del camote o tetuán del boniato, *Cylas formicarius* (fab.) en Cuba.
9. Crece Mype. Regímenes tributarios (2016). Obtenido de: <http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/img/coleccion-crecemype-I/formaliza-b.pdf>
10. Collins, W.W., Progress in developing sweet potato cultivars for fuel alcohol production. Proceedings, Sixth Symposium of the International Society for Tropical Root Crops / hosted by CIP in Lima, Peru, 21-26 Febrero 1983, p. 571-575., Lima, Peru : International Potato Ce (1983).

11. Diario Gestión (2015). Natura Perú registró crecimiento en ventas más alto de los últimos cinco años. Obtenido de: <http://gestion.pe/empresas/natura-peru-registro-crecimiento-ventas-mas-alto-ultimos-cinco-anos-2123685>
12. DEDINI, DHR. (2014). Dedini Hidrólise Rápida. Dedini Industrias de Base. Disponible de: <http://www.dedini.com.br/pt/pdf/dhr.pdf>. Acceso en: junio de 2017.
13. EBAMM. ERG (2005). Biofuels Analysis Meta-Model. Release 1.0, Energy and Resources Group, University of California, Berkeley.
14. El camote (2017, 26 de mayo); obtenido el 26 de mayo del 2017 de www.biodiversidad.gob.mx
15. El camote (2017, 11 de mayo); obtenido el 11 de mayo del 2017 de <http://www.nedix.net/spanish/agro-camote.htm>
16. El camote (2017, 12 de mayo); obtenido el 12 de mayo del 2017 de http://www.peruecologico.com.pe/raiz_ibatatas.htm
17. Estudio del impacto de la adopción de nuevas variedades de camote liberadas por el INIA, en la costa central, Perú. Caso del valle de cañete (2017, 26 de mayo), obtenido el 26 de mayo del 2017 de www.cipotato.org
18. FAO (2013). Disponible en: www.fao.org/home/es/
19. Fermac Cargo. (09 de mayo de 2017). FERMAC CARGO. Obtenido de FERMAC CARGO: <http://fermaccargo.com/blog/2016/03/09/arandanos-el-boom-de-la-super-fruta/>
20. Frutas y animales (2017, 11 de mayo); obtenido el 11 de mayo del 2017 de <http://linchayuyosperu.blogspot.com/p/frutas-y-animales-del-peru.html>
21. Get legal. (2016). GET LEGAL. Recuperado el 2016, de GET LEGAL: <http://espanol.getlegal.com/legal-info-center/contratos-comerciales/>
22. INDECOPI. (25 de mayo de 2017). Marca. Obtenido de www.indecopi.gob.pe
23. Info Región. (03 de mayo de 2017). Info región agencia de prensa ambiental. Recuperado el 9 de ABRIL de 2016, de Info región agencia de prensa ambiental:

- <http://www.inforegion.pe/141409/arandano-la-nueva-estrella-de-la-agro-exportacion-peruana/>
24. INNIA; (2017, 25 de mayo); “INIA promueve camote de exportación”; Obtenido el 25 de mayo del 2017 de <http://www.inia.gob.pe/notas/nota035/>
 25. Instituto Nacional de Estadísticas e Informática. (9 de mayo de 2017). Clasificación Industrial Internacional Uniforme. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf
 26. Instructivo Técnico del Cultivo del Boniato. 2005. Ministerio de la Agricultura. INIVIT. Cuba.
 27. John- Bouwkamp, C, Sweet potato products: A Natural Resource for the Tropics: 1 – 7, 1985.
 28. Leal, M., R., L., V. (2007). The potential of sugarcane as an energy source. Proceedings of the International Society of Sugar Cane Technologists, vol. 26.
 29. Lerch, G. 1975 La Experimentación en las Ciencias Biológicas y Agrícolas. La Habana. Ed. Científico Técnica. pág. 425.
 30. MAP, T. (17 de mayo de 2017). EXPORTACIONES. Obtenido de www.trademap.org
 31. Martí, H. Cusumano, C. y otros. 2008. Todo batata. El boletín del proyecto de batata del INTA. Año 1. No. 1. Edición Trimestral.
 32. Mays D.A. et (1990). Fuel production potencial of several agricultural crops. P 260-263. En: J. Janick and J. E. Simon (eds.) Advances in new crops. Timber Press, Pórtland, OR. (1990)
 33. MDSMP. (26 de mayo de 2017). Trámites municipales. Obtenido de <http://www.mdsmp.gob.pe/>
 34. Mejoramiento genético y biotecnológico de plantas (2017, 11 de mayo); obtenido el 11 de mayo del 2017 de <http://www.agrobanco.com.pe/data/uploads/pdf>
 35. Ministerio de la Agricultura, Instructivo técnico sobre el cultivo del boniato,-- Ciudad de la Habana , Cuba, CEDAGRI/ AGRINFOR, 16p, 1998,

36. Morales, A.; Rodríguez, S y Col. 2009. Experiencia en el cultivo del boniato utilizando componentes de la tecnología china. INIVIT. Santo Domingo. Villa Clara. Cuba.
37. Pigott, W., D. (1982). "Oxygenates and Future Demands for Transport Fuels", Institute of Petroleum, Londres.
38. Perú Pymes. (12 de mayo de 2017). Perú Pymes. Recuperado el 17 de mayo de 2017, de Perú Pymes: http://perupymes.com/pymes/index.php/crear_una_empresa_desde_cero
39. POOR, RATING DE STANDARDS AND. S&P.(05 de noviembre de 2016). Obtenido de www.standardsandpoor.com
40. Primer curso internacional sobre el cultivo del Camote (ipomoea batatas L.) (1989); Centro Internacional de la Papa.
41. PROMPERU. (2012). PROMPERU. Recuperado el 18 de mayo de 2017, de PROMPERU: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/469767587rad790CB.pdf>
42. PROMPERU. (2015). SIICEX. Recuperado el 20 de mayo de 2017, de SIICEX: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/1025163015radB52B3.pdf>
43. Pymex. Conoce los beneficios del Régimen Laboral Especial para las Pyme (2015). Obtenido de: <https://pymex.pe/pymes/estrategias-de-crecimiento/conoce-los-beneficios-del-regimen-laboral-especial-para-las-pymes/>
44. Red Agrícola. (2013). Red Agrícola. Recuperado el 01 de mayo de 2017, de Red Agrícola: <http://www.redagricola.com/reportajes/frutales/arandanos-en-peru-se-esperan-3000-ha-al-2018>
45. Rodríguez Manzano, A. Y Rodríguez Nodals A, Musáceas y raíces tubérculos tropicales, INIFAT, Curso Internacional de Agricultura Tropical, 17p, 2000
46. Rodríguez, Sergio. Estrategia de las raíces y tubérculos tropicales discutidas y aprobadas en el I Encuentro Nacional efectuado en el INIVIT los días 14 y 15 de Noviembre de 1997.

47. SCOTIABANK. (25 de mayo de 2017). Carta de crédito. Obtenido de www.scotiabank.com.pe
48. SIICEX. (01 de mayo de 2017). Principales empresas exportadoras. Obtenido de www.siicex.gob.pe
49. SIICEX. (16 de mayo de 2017). Ficha Técnica del camote. Obtenido de http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?page=172.17100&portletid=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=58&pnompr oducto=Camote
50. SUNAT.(05 de mayo de 2017). Operatividad aduanera. Obtenido de www.aduanet.gob.pe
51. SUNARP.(25 de mayo de 2017). Registro de nombre. Obtenido de www.sunarp.gob.pe
52. SUNAT. (25 de mayo de 2017). CIIU. Obtenido de www.sunat.gob.pe
53. SUNAT. (25 de mayo de 2017). Ley de mypes. Obtenido de www.sunat.gob.pe
54. SUNAT.(27 de mayo de 2017). Régimen tributario. Obtenido de www.sunat.gob.pe
55. Villarreal, R, L., Griggs, T,D., eds, 1982, Sweet Potato: Proceeding of the First International Symposium. Publ. 82-172. Asian Vegetable Research and Development Center, Shanhua, Taiwan. 481 pp.

ANEXOS

Anexo 1.- Solicitud de Licencia de Funcionamiento.

Municipalidad de San Martín de Porres
Gerencia de Desarrollo Económico y Fiscalización
Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Comercialización

FORMULARIO N° 5

FORMULARIO N° 5

SOLICITUD - DECLARACION JURADA

LLENAR CON LETRA DE IMPRENTA LOS DATOS NECESARIOS PARA EL TRÁMITE (Letra legible, sin borradores ni enmendaduras)

1. DATOS DEL SOLICITANTE

Apellidos y Nombres o Razón Social		RUC N°	
DNI / CE		E-mail:	
Telefono		Solicitó me notifique al CORREO ELECTRONICO según Art 20° 1.2 Ley 27444	
(DOMICILIO FISCAL) Av., Jr., Calle, Pasaje		N°	Dpto.
Urb./ AA. HH./ Coop. De Vivienda/ Asoc./Otros		Int.	Mz.
		Lt.	Block
Distrito			

REPRESENTANTE LEGAL

Apellidos y Nombres		DNI / CE	Teléfono
---------------------	--	----------	----------

2. PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO: (Marcar con X en el casillero que corresponda)

<input checked="" type="checkbox"/> LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO PARA: <input type="checkbox"/> Establecimientos hasta 100 m2 con ITSE Básica Ex Post <input type="checkbox"/> Establecimientos más de 100 m2 hasta 500m2 con ITSE Básica Ex Ante <input type="checkbox"/> Establecimientos más de 500 m2 y no comprendidos en las categorías anteriores <input type="checkbox"/> LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO CORPORATIVAS PARA: <input type="checkbox"/> Mercados de abastos <input type="checkbox"/> Galerías y Centros Comerciales <input type="checkbox"/> LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO PARA CESIONARIOS HASTA 500 M2 DE ÁREA <input type="checkbox"/> LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO POR VARIACIÓN DE ÁREA COMERCIAL O ECONÓMICA <input type="checkbox"/> Variación de área comercial o económica hasta 500 m2 <input type="checkbox"/> Variación de área comercial o económica mayor a 500 m2 <input type="checkbox"/> AMPLIACIÓN DE GIRO COMPATIBLE <input type="checkbox"/> Hasta 500 m2 <input type="checkbox"/> Más de 500 m2 <input type="checkbox"/> MODIFICACIÓN DE DATOS DE LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO MANTENIENDO EL ÁREA Y GIRO <input type="checkbox"/> Por cambio de razón social <input type="checkbox"/> Por cambio de otros datos vinculados con la licencia <input type="checkbox"/> DUPLICADO DEL CERTIFICADO DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">Temporalidad de la Licencia</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"> <input type="radio"/> Permanente <input type="radio"/> Temporal </td> </tr> </table> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p style="text-align: center; margin: 0;">Nota:</p> <p style="font-size: small; margin: 0;">Se encuentran excluidas de la ITSE Básica Ex Post los establecimientos comprendidos en el literal a) del numeral 1 del artículo 8° de la Ley N° 28976, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento.</p> </div>	Temporalidad de la Licencia	<input type="radio"/> Permanente <input type="radio"/> Temporal
Temporalidad de la Licencia			
<input type="radio"/> Permanente <input type="radio"/> Temporal			

3. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

(UBICACIÓN) Av., Jr., Calle, Pasaje		N°	Dpto.	Int.	Mz.	Lt.	Block
Urb./ AA. HH./ Coop. De Vivienda/ Asoc./Otros		San Martín de Porres			N° Estacionamientos		
Distrito							

Área del Local + Área de Almacén	+	Área Total
----------------------------------	---	------------

4. NUEVA RAZÓN SOCIAL O DATOS A MODIFICAR O ACTUALIZAR

FORMULARIO N° 5

5. ACTIVIDAD ECONÓMICA (Describe los giros que desarrollará en el establecimiento de conformidad con el Índice de Uso)

Giro de Actividad	Actividad del Local
1.-	Industria <input type="checkbox"/>
2.-	Comercio <input type="checkbox"/>
3.-	Servicio <input type="checkbox"/>

6. DOCUMENTOS QUE SE ADJUNTAN (Marcar con X en el casillero que corresponda)

Copia de la Vigencia de poder de representante legal en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos

Carta Poder con firma legalizada en caso de persona natural

Declaración Jurada de observancia de condiciones de seguridad

Certificado de la Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones (ITSE) de Detalle o Multidisciplinaria

Copia simple del título profesional en caso de servicios relacionados con la salud

Copia simple de la autorización sectorial respectiva, de ser el caso (D.S. N° 006-2013-PCM)

Copia simple de la autorización expedida por el Ministerio de Cultura conforme a la Ley N° 28296. Excepto en los casos en que el Ministerio de Cultura haya participado en las etapas de remodelación y monitoreo de ejecución de obras previas inmediatas a la solicitud de la licencia del local por el cual se solicita la licencia

Autorización con firma legalizada, del titular de la Licencia de Funcionamiento del establecimiento en el que se desarrollará la actividad comercial

Original de la licencia de funcionamiento

Documento que acredite la nueva razón social

Documento que sustente los datos a modificar o actualizar

Documento que acredite legítimo interés, en caso de un tercero

Pago por derecho de trámite Recibo N° _____ Fecha: / /

DECLARACION JURADA

Declaro bajo juramento: Que el establecimiento que conduzco se encuentra debidamente acondicionado para el giro que desarrollo, conforme a la Ley N° 28976, D.S. N° 006-2013-PCM, Ordenanza N° 227-MDSMP modificado por la Ordenanza 350-MDSMP Art. 22° y Derogatoria de los Artículos 15° (1er Párrafo), 24° y 33° y cumple con las normas del Reglamento Nacional de Edificaciones y Construcciones. Que tengo conocimiento y cumplo lo establecido en las Ordenanzas N° 045-MDSMP, 214-MDSMP, D.A N° 12-2007/MDMSP, según me corresponda. Que brindaré las facilidades necesarias para las acciones de fiscalización y control de las autoridades municipales competentes y asumo la responsabilidad sobre la veracidad y exactitud de la información y documentación que presento, consciente de los efectos previstos por la Ley para los casos de fraude o falsedad, de conformidad con lo establecido en la Ley N° 27444 y de ser el caso me revocaran las Autorizaciones otorgadas.

FECHA / / Solicitante

DNI /CE: _____ FIRMA _____

7. EVALUACIÓN DE ZONIFICACIÓN Y COMPATIBILIDAD DE USO

FECHA / /

Firma del Técnico _____

8. OBSERVACIONES

Fuente: Municipalidad de San Martín de Porres

Anexo 2.- Solicitud de Inspección Técnica de Seguridad de Edificaciones



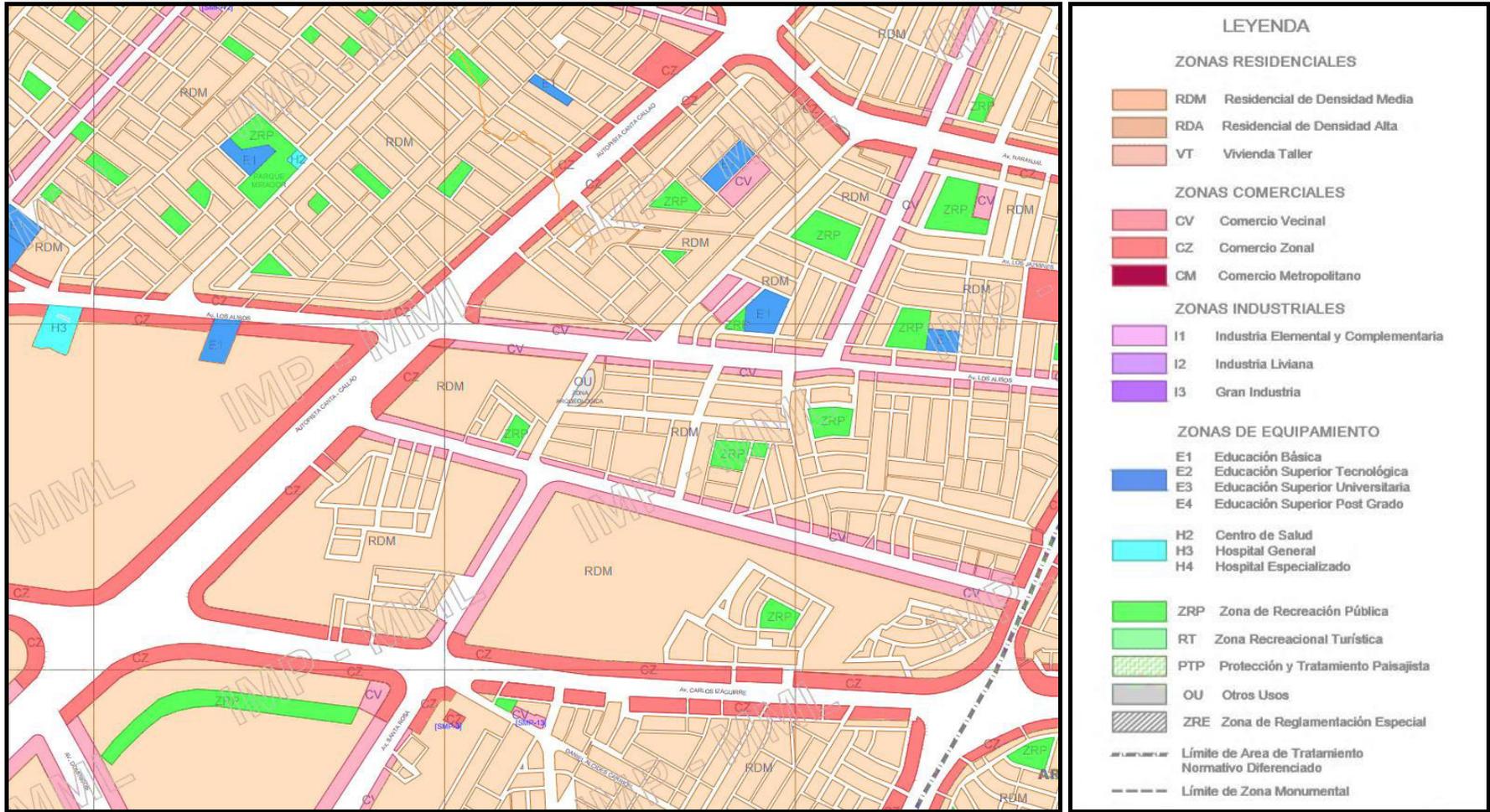
Solicitud de Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones

D.S. N° 058-2014-PCM

I. DATOS DE LA INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES			
PRIMERA INSPECCIÓN TÉCNICA SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		N° DE BOLETA DE PAGO EN EL BANCO DE LA NACIÓN	MONTO ABONADO
TIPO DE INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES SOLICITADA:		FECHA Y HORA PROGRAMADA PARA LA INSPECCIÓN	
BÁSICA EXANTE <input type="checkbox"/>	PREVIA A EVENTO O ESPECTÁCULO PÚBLICO CON ASISTENCIA:	EL RECINTO PARA EL ESPECTÁCULO PÚBLICO CUENTA CON INSPECCIÓN TÉCNICA:	
BÁSICA EXPOST <input type="checkbox"/>	MENOR O IGUAL A 3000 PERSONAS <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/> EN PROCESO <input type="checkbox"/>
DE DETALLE <input type="checkbox"/>	MAYOR A 3000 PERSONAS <input type="checkbox"/>	TIPO DE INSPECCIÓN TÉCNICA EJECUTADA:	
MULTIDISCIPLINARIA <input type="checkbox"/>	ASISTENCIA PREVISTA:	CERTIFICADO EMITIDO N°	AFORO:
II. DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL Y DEL SOLICITANTE			
NOMBRES Y APELLIDOS DEL PROPIETARIO / REPRESENTANTE LEGAL, CONDUCTOR / ADMINISTRADOR:			
DOCUMENTO DE IDENTIDAD N°:	TELÉFONO FJOCELULAR	CORREO ELECTRÓNICO:	
DOMICILIO:			
NOMBRES Y APELLIDOS DEL SOLICITANTE:			
DOG. DE IDENTIDAD O CARNET EXTRANJERÍA N°:			
III. DATOS ADMINISTRATIVOS DEL OBJETO DE INSPECCIÓN			
NOMBRE COMERCIAL:		GIRO O ACTIVIDADES QUE REALIZA:	
RAZÓN SOCIAL:			
RUC N°:	ÁREA OCUPADA EN M ² :	N° DE PISOS:	
DIRECCIÓN / UBICACIÓN:			
DISTRITO: SAN MARTIN DE PORRES	PROVINCIA: LIMA	DEPARTAMENTO: LIMA	
REGIÓN: LIMA	TELÉFONO(S):	CORREO ELECTRÓNICO:	
IV. ANTECEDENTES DE LA EDIFICACIÓN O INSTALACIÓN (PARA SER LLENADO POR EL ORGANIZANTE)			
AMPLIACIÓN/ MODIFICACIÓN <input type="checkbox"/>		OTRO <input type="checkbox"/>	
N° DEL ÚLTIMO CERTIFICADO DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES:		N° INFORME TÉCNICO DE LA ÚLTIMA INSPECCIÓN:	
LA INSTALACIÓN CUENTA CON LICENCIA DE EDIFICACIÓN: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> NO APLICABLE <input type="checkbox"/>			
N° DE EXPEDIENTE MUNICIPAL DE DELEGACIÓN AD HOC:		N° DE EXPEDIENTE DE VERIFICACIÓN AD HOC:	
CARGO DE RECEPCIÓN <small>(FIRMA Y SELLO / FECHA Y HORAS)</small> PARA EL SOLICITANTE LIBRO DE ENTREGAR TODA LA DOCUMENTACIÓN REQUERIDA		_____ FECHA	
_____ SOLICITANTE <small>(FIRMA, NOMBRE Y APELLIDOS Y DOC. DE IDENTIDAD)</small>			
¡IMPORTANTE!			
• LLENAR CON LETRA DE IMPRIMENTA Y MARCAR "X" LO QUE CORRESPONDA • ADJUNTAR A LA SOLICITUD EL RECIBO ORIGINAL DEL BANCO DE LA NACIÓN DEL PAGO POR CONCEPTO DE INSPECCIÓN • EN CASO QUE EL PROPIETARIO Y/O CONDUCTOR NO SE ENCONTRASE EN LA FECHA FIJADA PARA LA INSPECCIÓN SE DEBE ACERCAR AL ÓRGANO EJECUTANTE PARA FIJAR NUEVA FECHA (ART. 33 DEL D.S. N° 058-2014-PCM)			

Fuente: Municipalidad de San Martín de Porres

Anexo 4.- Plano de Zonificación del local de la empresa en SMP.



Fuente: Instituto Metropolitano de Planificación

Anexo 6.- Sustitución o Rectificatoria Nuevo Rus

Formulario Virtual N° 1611 - NUEVO RUS Ayuda

Periodo tributario (MM/AAAA) ?

¿Es una declaración rectificatoria? Sí No

Total de ingresos brutos ?

Total de adquisiciones o compras ?

Categoría ?

Monto de cuota mensual ?

[Pagos efectuados en la Declaración Original](#) ?

Compensación de las percepciones del IGV ?

Importe a pagar ?

Luego de llenar el formulario, asegúrese de agregarlo a la BANDEJA.

 Agregar a BANDEJA

Fuente: Noticiero Contable

Anexo 7.- Minuta de constitución de Sociedad Anónima Cerrada

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA

Señor Notario:

Sírvase extender en su Registro de Escrituras Públicas una de CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA que se denominará S.A.C., con domicilio en Jr., Stands y,, que otorgan los señores, con D.N.I. N°, domiciliada en de la ciudad de, de estado civil y, con D.N.I. N°, domiciliado en Av. de la ciudad de, de estado civil y en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO.- Nosotros los socios convenimos en otorgar la presente Escritura Pública de Constitución de Sociedad Anónima Cerrada, que se regulará por la Ley General de Sociedades y se regirá por su estatuto.

SEGUNDO.- El capital social de la empresa está constituido por el aporte en efectivo que hacen los socios, con D.N.I. N°, con la suma de (.....), y, con D.N.I. N°, con la suma de (.....).

TERCERO.- Por tanto, el capital social de la empresa es de (.....), representado por acciones de cada una, todas suscritas y pagadas en efectivo por los señores accionistas, las que se encuentran distribuidas de la siguiente manera:

- acciones...%
- acciones...%
- acciones.....%

CUARTO.- Se nombra como Gerente General a la quien asumirá sus funciones conforme al Estatuto a partir del otorgamiento de la correspondiente Escritura Pública. Esta sociedad anónima cerrada de acuerdo a lo previsto en el artículo 247º. de la Ley General de sociedades decide no contar con Directorio, recayendo todas las funciones que le corresponderían a este órgano en la Gerencia.

Anexo 8.- Estatuto de Sociedad Anónima Cerrada

ESTATUTO DE LA SOCIEDAD

TÍTULO I

DE LA DENOMINACIÓN, OBJETO, DURACIÓN Y DOMICILIO

Artículo 1º.- Bajo la denominación de S.A.C., se constituye una Sociedad Anónima Cerrada, cuyas acciones tienen un valor nominal de cada una que se rige por la Ley General de Sociedades.

Artículo 2º.- La empresa tiene por objeto dedicarse a las siguientes actividades:

1. Compraventa, comercialización, distribución de artículos deportivos en general, nuevos y usados.
2. Compraventa de ropa sport, casual y deportiva, nacional e importada, incluyendo sus accesorios.
3. Fabricación y confección de artículos y ropa deportiva.
4. Publicidad, representación de artículos deportivos de toda clase.
5. Demás actividades afines y conexas que tengan relación con las actividades descritas en los párrafos anteriores.

Estas actividades serán explotadas o ejercidas en cualquier de sus formas y en diversos lugares del territorio nacional. La empresa puede dedicarse a cualquier actividad permitida por las leyes que tenga relación con el objeto social, y está capacitada para celebrar todos los contratos pertinentes con arreglo a ley.

Artículo 3º.- La sociedad es de duración indefinida e inicia sus actividades a partir de la fecha de inscripción de su Escritura Pública en el Registro de las Personas Jurídicas.

Artículo 4º.- La empresa estará domiciliada en la ciudad de, pudiendo crear sucursales en cualquier lugar de la república y del extranjero conforme a ley.

TÍTULO II

DEL CAPITAL SOCIAL Y DE LAS ACCIONES

Artículo 5º.- El capital social es de (.....), totalmente suscrito y pagado, representado por acciones de

....., acciones....%
....., acciones....%
TOTAL acciones.....%

Artículo 6º.- Las acciones serán nominativas e indivisibles.

Artículo 7º.- La responsabilidad de cada accionista se halla limitada al monto del aporte que le corresponde de acuerdo con el valor nominal de las acciones que posea.

Artículo 8º.- Al régimen de las acciones le son aplicables todas las disposiciones establecidas en el Libro Segundo, Sección Tercera de la Ley General de Sociedades, titulada "Acciones" y todos los demás dispositivos legales que le sean aplicables.

Artículo 9º.- Todo tenedor de acciones, por el hecho de poseerlas, queda sometido a los Estatutos de la sociedad, y a los acuerdos de la Junta General de Accionistas.

TÍTULO III DE LOS ÓRGANOS DE LA SOCIEDAD

CAPÍTULO I DE LA JUNTA GENERAL

Artículo 10º.- La Junta General está compuesta por todos los accionistas y representa la universalidad de los mismos. Es la suprema autoridad de la empresa y sus decisiones adoptadas de acuerdo con los requisitos establecidos en este estatuto, son obligatorios para todos los accionistas, aún para aquellos que hubiesen votado en contra o estuviesen ausentes, sin perjuicio de los derechos de impugnación y/o separación que la ley concede a los accionistas, en los casos previstos por ella. Por el simple hecho de ser accionista, se presume que tal persona conoce todas las disposiciones de este estatuto.

Artículo 11º.- Se celebrará la Junta Obligatoria Anual, dentro de los primeros tres meses posteriores al cierre del ejercicio contable. Se convocará a la Junta General en cualquier momento cuando el interés de la sociedad así lo requiera.

Artículo 12º.- Es competencia de la Junta Obligatoria Anual:

- Pronunciarse sobre la gestión social y los resultados económicos del ejercicio anterior expresados en los Estados Financieros del ejercicio anterior.
- Acordar la distribución de dividendos provisionales a los accionistas por la suma que a su criterio no exceda de una parte prudente de las utilidades que corresponderá distribuir al final del ejercicio económico.
- Resolver sobre la aplicación de las utilidades, si las hubiere.
- Designar cuando lo juzgue conveniente revisores o auditores externos.
- Tratar cualquier otro punto que se hubiese comunicado en la convocatoria.

Artículo 13º.- Es competencia de la Junta General:

- Modificar el estatuto social.

- Interpretar el estatuto social.
- Aumentar o reducir el capital social.
- Emitir obligaciones.
- Acordar la transformación, fusión, escisión, reorganización, y disolución de la sociedad, así como resolver sobre su liquidación.
- Disponer investigaciones y auditorías especiales.
- Otorgar, modificar, ampliar, revocar los poderes generales y especiales.
- Enajenar a título oneroso bienes muebles e inmuebles de la sociedad.
- Solicitar y obtener mediante contratos de mutuo, sobregiros, adelantos en cuenta corriente o en cualquier otra forma permitida por la ley, otorgando garantía hipotecaria, prendaria, aval, fianza o cualquier otra garantía permitida por las leyes, requiriendo para tal efecto del concurso del Gerente General y/o del Gerente Administrador.
- Hipotecar, permutar, preñar, anticresar, vender, comprar, prometer y ofrecer en venta valores y en general toda clase de bienes muebles e inmuebles de la sociedad.
- Resolver en los casos en los que la ley o el estatuto disponga su intervención y en cualquier otro que requiera el interés social.

Artículo 14°.- La Junta General debe ser convocada mediante aviso que contendrá la indicación del día, la hora, el lugar de la reunión y la agenda a tratar. El aviso debe publicarse con anterioridad no menor a diez días si se tratara de la Junta General Obligatoria Anual, y de tres días si se tratara de la Junta General Especial. Podrá incluirse en el aviso, que de no reunirse en primera convocatoria, se reunirá la junta en segunda convocatoria, se reunirá la junta en segunda convocatoria. La segunda reunión deberá celebrarse en no menos de tres días y no más de diez días después de la primera.

Artículo 15°.- Para la celebración de la Junta General especial y obligatoria anual en su caso, y cuando se trate de aumento o disminución del capital social, emisión de obligaciones, transformación, fusión, escisión, reorganización o disolución de la sociedad y, en general, de cualquier modificación del estatuto, se requiere en primera convocatoria, cuando menos, la concurrencia de dos tercios de las acciones suscritas con derecho a voto. En segunda convocatoria, bastará que concurren accionistas que representen las tres quintas partes de las acciones suscritas con derecho a voto. Para la validez de los acuerdos se requiere, en ambos casos, el voto favorable de accionistas que representen la mayoría absoluta de las acciones suscritas con derecho a voto.

Artículo 16°.- La sesión de Junta General y los acuerdos adoptados en ella, deben constar en un libro debidamente legalizado.

Las actas deben redactarse de acuerdo a los requisitos establecidos al respecto en el Arts. 134° y 135° de la Ley General de Sociedades.

Artículo 17°.- Podrán ser impugnados los acuerdos de la Junta General que sean contrarios a la ley, se opongan al estatuto o lesionen en beneficio de uno o varios accionistas, los intereses de la sociedad.

Es competente el Juez del domicilio de la sociedad o el Tribunal Arbitral de la Cámara de Comercio y Producción existente en el lugar de la sede social.

Artículo 18°.- El procedimiento de impugnación se hará de acuerdo al trámite del proceso abreviado contenidas en el Título II del Código Procesal Civil, Arts. 486° al 545° del indicado cuerpo legal.

CAPITULO II

DEL RÉGIMEN DE LA GERENCIA

Artículo 19°.- La sociedad podrá tener uno o más gerentes nombrados por la Junta General de Accionistas.

Artículo 20°.- La duración del cargo de Gerente es indefinido, salvo que se haga el nombramiento por un plazo determinado. sin embargo, puede ser revocado en cualquier momento por la Junta General de accionistas. El cargo no es delegable.

Artículo 21°.- El Gerente está ampliamente facultado para organizar el régimen interno de la sociedad, usar el sello de la misma, recibir y emitir correspondencia oficial de la sociedad, gozando de todos los poderes generales y especiales que se requieren para una mejor administración, excepto aquellos actos y contratos cuya resolución ha sido expresamente reservada a las Juntas Generales.

Artículo 22°.- El Gerente tendrá a su cargo la dirección y administración de los bienes y negocios de la sociedad, siendo sus principales atribuciones las siguientes:

- a) Dirigir y administrar la sociedad. Dirigir las operaciones comerciales y administrativas de la sociedad.
- b) Ejercer la representación legal de la sociedad. Por tanto, podrá representar a la sociedad ante las autoridades políticas, administrativas, municipales, policiales, judiciales, Ministerio Público etc., en juicio o fuera de él, con las facultades de los Arts. 74°. y 75°. del C.P.C., Ley Procesal de Trabajo N° 26636, y demás procesos y procedimientos especiales.
- c) Contratar al personal que sea necesario, para la buena marcha de la sociedad, estableciendo sus condiciones, funciones y remuneraciones.
- d) Cuidar que la contabilidad esté al día, con los libros actualizados y la documentación correspondiente.
- e) Desempeñar todas las funciones que le sean encomendadas de acuerdo a estos estatutos.

- f) Dar cuenta de la marcha y estados de los negocios, así como de la recaudación, inversión, y existencia de fondos que la Junta General de accionistas le pueda solicitar.
- g) Nombrar y separar a los ejecutivos y a otros apoderados, señalándoles sus remuneraciones y funciones.
- h) Obtener préstamos mediante contratos de mutuo, sobregiros, adelantos en cuenta corriente o en cualquier otra forma permitida por la ley, otorgando garantía hipotecaria, prendaria, aval, fianza o cualquier otra garantía permitida por las leyes, que hayan sido debidamente autorizados por la Junta General de Accionistas.
- i) Aperturar, cerrar, transferir cuentas corrientes o de ahorros, en bancos o en otras entidades financieras, en moneda nacional o extranjera.
- j) Girar, endosar, descontar y cobrar cheques contra cuentas de la sociedad que estén provistas de fondos que tengan autorización de sobregiros; depositar, retirar, vender, comprar, valores, aceptar, reaceptar, endosar, descontar, cobrar y protestar letras, vales, pagarés, giros, certificados, conocimientos de embarque, warrants, pólizas y cualquier otra clase de documentos comerciales y civiles.
- k) Solicitar y obtener vales, pagar warrants, cartas fianzas y demás documentos bancarios, comerciales y civiles.
- l) Imponer fondos en los bancos, en cuenta corriente o de ahorro, en depósitos a la vista o a plazo. Depositar valores y otros bienes muebles en custodia.
- m) Cobrar las cantidades que adeuden a la sociedad y exigir la entrega de los bienes muebles e inmuebles que pertenezcan o cuya posesión corresponda la sociedad, utilizando todos los medios y procedimientos que las leyes le otorgan.
- n) Celebrar contratos de locación de servicios con empresas de servicios.
- ñ) Contratar seguros de cualquier clase, visar y endosar las pólizas; alquilar cajas de seguridad y operarlas.
- o) Emitir y suscribir recibos, facturas y cancelaciones.
- p) Convocar a la Junta Obligatoria Anual y de Accionistas en los casos establecidos por ley y por estos estatutos.
- q) Concurrir con voz pero sin voto a las Juntas Generales, corresponda, si tuviera tal calidad.
- r) Proponer la distribución de dividendos provisionales a los accionistas por la suma que a su criterio no exceda de una parte prudente de las utilidades que correspondería distribuir al final del ejercicio económico.
- s) Formular y presentar, a la Junta General, el balance de cada ejercicio, los estados financieros, y la memoria anual.
- t) Analizar y resolver todos los demás asuntos de interés de la sociedad que de acuerdo con este estatuto no esté reservado a decisión de las Juntas Generales de Accionistas.
- u) Cumplir con todos los demás poderes o facultades que pueda conferirle la Junta General de accionistas.
- v) Participar en licitaciones y concursos públicos de precios y otros, presentar propuestas y firmar todos los documentos y contratos respectivos.

Esta enumeración no es limitativa, es meramente enunciativa. Los actos detallados en los numerales precedentes pueden ser ejercicios a sola firma por el Gerente General o por él y otro funcionario autorizado.

Artículo 23°.- Los gerentes son responsables, en los casos establecidos en el Art. 190° y demás pertinentes de la Ley General de Sociedades.

Artículo 24°.- El Gerente responde ante la sociedad, los accionistas y terceros por los daños y perjuicios que ocasione por incumplimiento de sus obligaciones, abuso de facultades y negligencia grave.

TÍTULO IV

DE LA MODIFICACIÓN DEL PACTO SOCIAL Y DEL ESTATUTO, DEL AUMENTO O DISMINUCIÓN DEL CAPITAL

Artículo 25°.- La modificación del Pacto Social o del Estatuto, así como la disminución o aumento del capital se sujetan a lo previsto en el Libro Segundo, Sección Quinta de la Ley General de Sociedades, en lo que le sea aplicable.

TÍTULO V

DEL BALANCE Y DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES

Artículo 26°.- Al 31 de diciembre de cada año, se practicará el balance, el que será presentado y sometido a aprobación de la Junta General de Accionistas.

Artículo 27°.- Los gerentes, administradores de la sociedad están obligados a formular en el plazo máximo de días, contados a partir del cierre del ejercicio económico contable, el balance con la cuenta de ganancias y pérdidas, las propuesta de distribución de utilidades y la memoria, de los documentos indicados en el párrafo anterior debe resultar con claridad y precisión, la situación patrimonial de la sociedad, las utilidades obtenidas o las pérdidas sufridas y el estado de sus negocios.

Artículo 28°.- Efectuadas previamente las reservas legales respectivas, la Junta General resolverá sobre la distribución de utilidades y su aplicación.

Artículo 29°.- El balance, cuenta de ganancias y de pérdidas y la distribución de utilidades, se aprobarán con la mayoría y el quórum establecidos en los Arts. 125° y 126° de la Ley General de Sociedades, previa información de los accionistas de los documentos respectivos, en la forma indicada en el Art. 224° de la misma Ley General.

Artículo 30°.- Son de aplicación a este título, en cuanto sean pertinentes, las disposiciones establecidas en los Arts. 221°, 222°, 223°, 224°, 225°, 226°, 227°, 228°, 229°, 230°, 231°, 232°, 233°, de la Ley General de Sociedades.

Artículo 31°.- Los accionistas tienen derecho a las utilidades repartibles, en la proporción correspondiente a sus respectivas acciones.

TÍTULO VI

DE LA SEPARACIÓN Y EXCLUSIÓN DE LOS ACCIONISTAS

Artículo 32°.- La exclusión y separación de los accionistas se regirá por las disposiciones de la sociedad anónima, en cuanto le sean aplicables. La exclusión y separación de los accionistas, debe constar en instrumento público e inscribirse en el Registro de Personas Jurídicas.

TÍTULO VII

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA SOCIEDAD

Artículo 33°.- La sociedad se disolverá y liquidará en los casos que señale la ley, o cuando lo resuelve la Junta General, convocada para tal efecto.

Artículo 34°.- En el curso de la liquidación, los liquidadores mantendrán informados a los accionistas de su desarrollo, convocándoseles a Junta General por lo menos una vez al mes.

Artículo 35°.- En la liquidación de la sociedad se observarán, en cuanto le sean aplicables, la Ley General de Sociedades y demás leyes pertinentes, como por ejemplo el TUO de la Ley de Reestructuración Patrimonial y la Ley General del Sistema Concursal.

Artículo 36°.- En la liquidación de la sociedad se observará las siguientes reglas:

- a) En primer lugar se cancelarán todas las deudas y obligaciones de la sociedad.
 - b) El saldo, si lo hubiera, será distribuido a prorrata entre los accionistas, según el número de acciones que posean.
 - c) Se designará a la entidad o persona que conservarán los libros. por el término de ley.
- Agregue Ud., señor Notario todo lo que estime de ley, y sírvase cursar los respectivos Partes al Registro de Personas Jurídicas de

....., de de

Lugar y Fecha

FIRMAS

Anexo 9.- Contrato de Trabajo

CONTRATO DE TRABAJO SUJETO A MODALIDAD POR NECESIDADES DEL MERCADO

Conste por el presente documento el **CONTRATO DE TRABAJO SUJETO A MODALIDAD POR NECESIDADES DEL MERCADO**, que celebran al amparo del Art. 58 de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por DS N° 003-97-TR y normas complementarias, de una parte (1)....., con RUC N°y domicilio fiscal en....., debidamente representada por el señor (2)....., con DNI N°, a quien en adelante se le denominará **EL EMPLEADOR**; y de la otra parte don (3)..... con DNI N°, domiciliado en, a quien en adelante se le denominará **EL TRABAJADOR**; en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO: EL EMPLEADOR es una empresa dedicada a (4).....que requiere cubrir las necesidades de recursos humanos con el objeto de atender incrementos de la producción originados por la variación de la demanda en el mercado causado por (5).....

SEGUNDO: Por el presente documento **EL EMPLEADOR** contrata bajo la modalidad de **NECESIDADES DEL MERCADO** los servicios de **EL TRABAJADOR** quien desempeñará el cargo de (6)....., en relación con las causas objetivas señaladas en la cláusula anterior.

TERCERO: El presente contrato tiene un plazo de duración de.....(Máximo cinco años), el mismo que regirá a partir delde.....del 2,01..., fecha en que **EL TRABAJADOR** debe empezar sus labores hasta el.....de..... del 2,01..., fecha en que terminará el contrato.

CUARTO: EL TRABAJADOR estará sujeto a un período de prueba de tres meses, la misma que inicia elde del 2,01.... y concluye el.....de.....del 2,01.... Queda entendido que durante este período de prueba **EL EMPLEADOR** puede rescindir el contrato sin expresión de causa.

QUINTO: EL TRABAJADOR observara el horario de trabajo siguiente: De lunes a dehoras a horas.

SEXTO: EL TRABAJADOR deberá cumplir con las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento Interno de Trabajo y en las demás normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la

empresa, de conformidad con el Art. 9 de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por DS N° 003-97-TR.

SÉTIMO: **EL EMPLEADOR** abonará al **TRABAJADOR** la cantidad de S/.... como remuneración mensual, de la cual se deducirá las aportaciones y descuentos por tributos establecidos en la ley que le resulten aplicables.

OCTAVO: Queda entendido que **EL EMPLEADOR** no está obligado a dar aviso adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme la cláusula tercera, oportunidad en la cual se abonará al **TRABAJADOR** los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo a ley.

NOVENO: Este contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el Texto Único Ordenado del D. Leg. N° 728 aprobado por DS N° 003-97-TR - Ley de Productividad y Competitividad Laboral, y demás normas legales que lo regulen o que sean dictadas durante la vigencia del contrato.

Conformes con todas las cláusulas del presente contrato, firman las partes por triplicado, a los días del mes de del año 200....

.....
.....
EL EMPLEADOR
ELTRABAJADOR

- (1) Colocar el nombre de la empresa
- (2) Colocar el nombre del representante de la empresa
- (3) Colocar el nombre del trabajador
- (4) Colocar el objeto social de la empresa
- (5) Colocar la causa objetiva que sustente el incremento temporal e imprevisible del ritmo normal de la actividad productiva.
- (6) Indicar el cargo del trabajador

NOTA: El contrato debe ser suscrito en 3 ejemplares originales, debiendo registrarse ante la Autoridad Administrativa de Trabajo del MTPE, quedando el empleador obligado a entregar al trabajador un ejemplar del contrato dentro de los 3 días hábiles de su presentación a la Autoridad Administrativa de Trabajo.

Anexo 10.- Modelo Canvas de Exportación de Camote Morado a Canadá

<p>Contactos y aliados</p> <ul style="list-style-type: none"> • DISTRIBUIDORES COMERCIALES. • PROVEEDORES DE MATERIA PRIMA (PULPA DE CAMOTE AMARILLO). • ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DE PRODUCTOS NATURALES. • IMPORTADORES QUE PARTICIPAN EN LAS FERIAS PROM PERÚ. • SUPERMERCADOS (HOLT RENFREW, SEARS, LA BAIE). • CADENA DE TIENDAS ESPECIALIZADAS (TRSTAN & AMERICA, MARIE-CLAIRE, LA SENZA, ETC). • TIENDAS INDEPENDIENTES. • 	<p>Actividades clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD. • PARTICIPACION EN FERIAS EN PERÚ Y TORONTO. • GESTION LOGISTICA (TERCIARIZACION). • TLC PERÚ – CANADÁ • ARANCELES 0%. • INCREMENTO DE LA DEMANDA POR LOS “CONVENIENCE FOODS”. 	<p>Propuesta de valor</p> <ul style="list-style-type: none"> • INFORMACION NUTRICIONAL. • RELACION PRECIO – CALIDAD. • NO CAMBIA SUS VALORES NUTRICIONALES. • CONSUMO FACIL. • ALIMENTO ETNICO. • ALIMENTO LISTO PARA CONSUMO. 	<p>Relaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • CAPTACION DE CLIENTES EN AUTOSERVICIOS. • FIDELIZACION DE CLIENTES • WEB ACTUALIZADA • PORTAFOLIO CON DATOS DE LOS CLIENTES • ASISTENCIA PERSONAL • MANTENER CONTACTO CONTINUO CON LOS CLIENTES. 	<p>Empresas objetivo</p> <ul style="list-style-type: none"> • SUPERMERCADOS (HOLT RENFREW, SEARS, LA BAIE). • CADENA DE TIENDAS ESPECIALIZADAS (TRSTAN & AMERICA, MARIE-CLAIRE, LA SENZA, ETC). • TIENDAS INDEPENDIENTES. • IMPORTADORES QUE PARTICIPAN EN LAS FERIAS PROM PERÚ. • HABITANTES DE TORONTO CON ESTILO DE VIDA Y ALIMENTO SALUDABLE. • CONSUMIDOR FINAL CLASICO CON PODER ADQUISITIVO DE 15 A 45 AÑOS AMBOS SEXO. • CONSUMIDOR EMERGENTE, EXIGENTE POR SU SALUD.
<p>Costes</p> <ul style="list-style-type: none"> • TERCARIZACION DE LA PRODUCCION • TRANSPORTE. • PUBLICIDAD WEB Y REDES SOCIALES. • HABILIDAD O TALENTO HUMANO. • SERVICIO DE LUZ, AGUA, TELEFONO, INTERNET. • COMERCIALIZACION Y DISTRIBUCION DEL PRODUCTO. 	<p>Recursos</p> <ul style="list-style-type: none"> • OFICINA DE DISTRIBUCION EN PERÚ • PRODUCCION CONTINUA TODO EL AÑO. • MANO DE OBRA ESPECIALIZADA (TERCIARIZACION) • CERTIFICADOS FITOSANITARIOS. 		<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • SISTEMA PROMOVIDO POR SUPERMERCADOS. • COMERCIALIZADORES MAYORISTAS Y MINORISTAS. • PLATAFORME WEB, E-COMMERCE. • BANCO MEDIADOR DE PAGO SEGURO. • FERIAS NACIONALES E INTERNACIONALES DE PROM PERÚ. 	

Elaboración propia

Anexo 11.- Comercio Perú-Canadá y con el mundo

Las cifras de Exportaciones e Importaciones base SUNAT están actualizadas con fecha de cierre al 29/01/2016.

Evolución del comercio Perú-Canadá y con el Mundo, 2010-2015 (US\$ Millones)

		2010	2011	2012	2013	2014	2015
	Comercio Canadá - Mundo						
	Exportaciones (FOB)	387 481	452 137	454 834	458 392	469 987	409 430
	Importaciones (CIF)	392 119	451 247	462 423	461 921	465 896	422 651
	Saldo Comercial (X-M)	-4 638	890	-7 589	-3 528	4 091	-13 221
	Comercio Perú - Mundo						
(A)	Exportaciones (FOB)	35 806	46 319	46 359	42 567	38 641	33 246
(B)	Importaciones (CIF)	29 972	37 904	42 169	43 327	42 184	38 066
	Saldo Comercial (X-M)	5 834	8 415	4 190	-761	-3 542	-4 821
	Comercio Perú - Canadá						
(C)	Exportaciones (FOB)	3 329	4 232	3 448	2 742	2 566	2 306
	(C)/(A)	9,3%	9,1%	7,4%	6,4%	6,6%	6,9%
(D)	Importaciones (CIF)	540	586	588	616	853	753
	(D)/(B)	1,8%	1,5%	1,4%	1,4%	2,0%	2,0%
	Saldo Comercial (X-M)	2 790	3 646	2 861	2 126	1 713	1 553

Fuente: FMI-IFS (cifras de exportaciones e importaciones 2010-2014 para Canadá), IC (cifras de exportaciones e importaciones 2015 para Canadá) y SUNAT (cifras de exportaciones e importaciones 2010-2014 para Perú)

Elaboración: MINCETUR-VMCE-DGIECE

Anexo 12.- Modelo de DUA – Exportación definitiva

41 - EXPORTACIÓN DEFINITIVA

Aduana		Código		DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A)			2 REGISTRO DE ADUANA		
MARITIMA DEL CALLAO		118							
Nº Orden		Destinación	Modalidad	Tipo Despacho	Nº DUA Prov.	Nº Declaración: 022822			
400398		41	0	NORMAL	2017-022822	Fecha Numeración: 10/03/2017			
1 IDENTIFICACION		1.1 Importador/Exportador					Sujeto a: NARANJA REGULARIZADA		
		AGROINDUSTRIAS AIB S.A							
1.2 Código y Documento de Identificación				1.3 Dirección de Importador/Exportador			1.4 Cod.Ubi.Geo.		
4 - 20104420282				AV. RICARDO PALMA NRO. 894 LIMA - LIMA - MIRAFLORES			150114		
3 TRANSPORTE		3.1 Empresa Transporte Código			3.2 Nº Manifiesto		3.3 Vía Transporte Código		
		UNIMAR S.A. - 6998			2017 - 635		1 - MARITIMO		
3.4 Fecha Termino Desc/Embar		3.5 Empresa Transporte (T/R) Código		3.6 Unidad Transporte (T/R)		3.7 Aduana D/S Código			
--/------		-							
4 ALMACEN		4.1 Depósito Temporal Código			4.2 Depósito A.Autorizado Código		4.3 Plazo Solicitado		
		- 3067			-		0		
5 TRANSACCION		5.1 Entidad Financiera Código				5.2 Modalidad Código			
		-				OTRAS FORMAS DE PAGO - 7			
6 VALOR ADUANA		6.1 Valor Clausula de Venta	6.2 Comisión Exterior(Referencial)	6.3 Otros Gastos Deducibles	6.4 Total Ajustes	6.5 Valor Neto de Entrega(FOB)			
		36300	0	5125	0	31175			
OTROS DATOS DILIGENCIA		Total Peso Neto		Total Peso Bruto		Total Bultos		Total U.Físicas	Total U.Comercial.
		22000.0		23410.0		2200.0		22000.0	22000.0

|| Embarques Parciales || Rel.Consolid de Prod./Contrato Colab. || L/C Asociadas || L/C Asociadas en la Central || IMPRIMIR

SERIE: ELIJA SERIE ▼

|| Relacion de Contenedores ||

[Retornar](#)

Fuente: Sunat

Anexo 13.-Análisis de factibilidad para la exportación de camote orgánico al mercado canadiense

Revista: Caribeña de Ciencias Sociales
ISSN: 2254-7630

ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE CAMOTE ORGÁNICO AL MERCADO CANADIENSE

Autores e información del artículo

Angel Fernando Beltrán Navarro
Estudiante

Betty Aguilar Echeverría
Docente

Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Ecuador

blackstripe_001@hotmail.com

Resumen

Con la elaboración de este análisis de exportación de camote orgánico al mercado canadiense se pretende recopilar información sobre la producción y exportación del camote orgánico hacia mercados internacionales, analizar la demanda del camote orgánico en Canadá, mediante estadísticas de información secundaria obteniendo datos reales y confiables que permitan su posible ingreso al mercado además de determinar la factibilidad de la exportación de camote orgánico al mercado canadiense, permitiendo así reducir los costos en la exportación del producto.

Ecuador siendo un país tradicionalmente agrícola y potencia en diferentes productos mundialmente reconocidos busca seguir impulsando a los nuevos tipos de cultivo que se pueden dar en nuestras tierras preferentemente que sean de ciclo corto y de bajo costo de producción.

El camote orgánico como tal es un producto muy apetecido en dentro de los mercados internacionales como sustituto de la popular papa o patata. Es tal el auge que es mostrado como un alimento beneficioso dentro de dietas sanas, orgánicas y bajas en calorías que tan de moda están hoy en día.

Es un alimento libre de gluten, ideal para las personas con intolerancia hacia estos (enfermedad Celiaca). Estas personas no pueden consumir alimentos con gluten ya que causa inflamación de la mucosa en el intestino delgado y dificulta la absorción de macro y micro nutrientes por lo cual se muestra como alimento “milagroso” y muy versátil dentro del panorama internacional.

El presente análisis nos permitirá establecer los costos de exportación del producto, con lo cual se resuelve de manera parcial la falta de empleos en el sector agrícola además de ayudar a la balanza comercial con la exportación del camote orgánico. Con la realización de este proyecto se emplearan técnicas de sembrado alternativo al uso de pesticidas por lo que se abren nuevas maneras de alcanzar un producto de calidad. En primera instancia se determinó la falta de producción del producto 100% orgánico aprovechando las bondades de la tierra ecuatoriana, ya que solo se exporta el producto entero (usando pesticidas) y manufacturado (como chifles o snacks) desaprovechando así un sector del mercado internacional que prefiere los productos 100% naturales, el cual no es tan extenso pero si uno constante.

PALABRAS CLAVES: tesis, producto agrícola, materia prima, exportación/importación, comercio internacional.

Abstract

The development of this analysis is to collect information on the production and export of organic sweet potato into international markets, analyze the demand for organic potato in Canada, using statistical secondary information obtaining real and reliable data allow their possible entry into the market and to determine the feasibility of exporting organic sweet potato to the Canadian market, thus enabling reduce costs in the export product. Ecuador remains a traditionally agricultural country and globally recognized power in different products looking to continue promoting new types of crops that can occur in our lands that are preferably short cycle and low production cost. The organic yams as such is a very desired in within international markets as a substitute for the popular potato or potato product. Such is the boom is shown as a beneficial food into healthy, organic and low in calories that are so fashionable diets today. It is a gluten-free food, ideal for people with intolerance towards these (celiac disease). These people can not eat foods with gluten because it causes inflammation of the mucosa in the small intestine and impairs absorption of macro and micro nutrients which is shown as food "miracle" and very versatile in the international arena. This analysis will allow us to establish the costs of exporting the product, which partially resolves the lack of jobs in the agricultural sector in addition to helping the trade balance with exports of organic sweet potatoes. With the completion of this project alternative techniques sown the use of pesticides so that open new ways to achieve a quality product is employed. In the first instance the lack of production of 100% organic leveraging the benefits of Ecuadorian soil was determined, as only the entire product (using pesticides) and manufactured (as plantain chips or snacks) and squandering a sector of the international market is exported to prefer 100% natural products, which is not as extensive but if one constant.

KEYWORDS: theses, agricultural commodities, raw materials, exports/imports, international trade.

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Angel Fernando Beltrán Navarro y Betty Aguilar Echeverría (2016): “Análisis de factibilidad para la exportación de camote orgánico al mercado canadiense”, Revista Caribeña de Ciencias Sociales (septiembre 2016). En línea:

<http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/09/camote.html>

<http://hdl.handle.net/20.500.11763/CARIBE-2016-09-camote>

Introducción.

Con este análisis de factibilidad de exportación de camote orgánico Canadiense permitirá conocer la viabilidad de nuestros productos a nuevos mercados internacionales comprobando ser una actividad rentable al momento de la exportación y darnos a conocer como país agricultor por excelencia.

Partiendo del hecho de que Ecuador es un país que actualmente exporta camote hacia diferentes países se hace necesario darle un valor agregado a nuestro producto, algo diferenciador del resto. Aprovechando las bondades naturales de nuestras tierras se puede eliminar el uso de pesticidas en nuestras cosechas y así producir un camote más sano para cubrir la demanda de comida amigable con el ambiente y de los consumidores habidos de productos 100% naturales.

Origen del cultivo de Camote.

El camote, también conocido como batata, boniato o moniato en los países de América Latina. Es una especie de la familia de las convolvuláceas, cuyo nombre científico es *Ipomea batatas*.

Se suscitan diversos tipos de nociones sobre el origen de la especie, las cuales van desde “geológicos” donde surge la planta por primera vez; “genéticos” hace referencia a la especie progenitora y su formación; y “culturales”, donde se produce la domesticación de este.

Actualmente, el camote es cultivado en 111 países, anotándose que el 90% de la producción es obtenida en Asia, y apenas el 5% en África y el otro 5% en el resto del mundo. China es el país que más produce, con 100 millones de toneladas. (Silva, 2011) Actualmente, el camote se cultiva en todos los continentes, siendo el mayor productor Asia, seguido por África y América del Sur.

Tipos de cultivo de camote en el Ecuador.

El suelo de Ecuador es apto para la mayoría de variedades conocidas de camote, sin embargo nos vamos a enfocar en el camote conocido como “Guayaco Morado” de piel morada ya que tienen mayor aceptación en el exterior por su sabor dulce.

Producción del Camote Orgánico.

El camote orgánico que se produce con cero pesticidas y químicos se fertilizara con un producto llamado bocashi que es elaborado con salvado de arroz o de trigo sule de nitrógeno, fósforo, potasio, manganeso, zinc, cobre. La fertilización del camote se realiza

colocando el bocashi en un orificio entre planta y planta, se la realiza cada mes el cual se combina con el riego. Esto aumenta en media libra el peso del camote. Las plagas buscan carbohidratos y azúcar en lo cual el camote es muy rico por lo que sus mayores amenazas como el gusano de seda son controlados con M5, que es un preparado natural hecho con ajo, jengibre, chile dulce. También se aplican fertilizantes líquidos, ricos en fósforo, potasio, etc. La manera de dispersarlos en las plantas a un bajo costo es con sistema de riego de tanque elevado. Otra manera sería con bombas manuales pero elevaría el costo y no sería tan efectivo porque se dispersa demasiado el chorro. En el caso del tanque elevado, un barril de 54 galones tardaría un promedio de 2 horas para fertilizar una parcela de media hectárea. Este sistema tiene una duración aproximada de 5 cosechas.

La cosecha del camote orgánico puede ser mecánica donde pasa un tractor de arado de vertedera pero dañan considerablemente el producto. De la forma manual en la que se usa una pala para hacer el arranque de la planta y se procede a buscar el fruto. La recolección se la realiza en canastos de mimbre para no dañar la piel del producto. El promedio de peso de un camote orgánico es de 120 gr que es aceptable dado que el mercado no los apetece de grandes, ni pequeñas dimensiones. El almacenaje del camote orgánico antes de su exportación puede ser de 7 días ya que al ser rico en azúcar con el pasar del tiempo estos se convierten en almidón y pierden valor nutritivo.

Propiedades del Camote Orgánico.

La raíz contiene grandes cantidades de almidón, vitaminas, fibras y minerales, entre las que destacan la vitamina A, B1 y E. Cuanto más amarilla es su raíz, más contenido de betacaroteno posee por lo que las batatas de este color son utilizadas en Asia y África donde hay deficiencia de vitamina A entre su población. El sabor dulce que tiene se lo debe a la sacarosa, la glucosa y fructosa que contiene.

Se utiliza como complemento de algunas harinas de cereales por su importante contenido de lisina. Posee gran cantidad de fibra digerible por lo que acelera el tránsito intestinal y previene el cáncer de colon, reduce el colesterol y produce sensación de saciedad. En algunos países las hojas se utilizan para la alimentación de animales y plantas ya que posee grandes cantidades de hierro

Requerimientos del País de Destino.

Toda información obligatoria en las etiquetas debe constar en 2 idiomas oficiales, inglés y francés. El Mercado canadiense no acepta producto que no tenga las especificaciones técnicas correspondientes.

Incoterm de Negociación.

CFR es un término exclusivamente utilizado para el transporte de mercancía por vía marítima.

El vendedor pagara los gastos de flete local e internacional para hacer llegar la mercancía

al puerto de destino convenido, si bien el riesgo de pérdida o daño de la mercancía se transfiere del vendedor al comprador cuando esta traspasa la borda del buque en el puerto de embarque.

1. Canal de Distribución en Canadá.

El canal de distribución se eligió tomando en cuenta la mejor estrategia de penetración de mercado según los puntos mencionados en la estructura de la comercialización. A manera de resumen, se eligió a los supermercados mayoristas como canal de distribución del camote orgánico en Canadá, ya que se ha encontrado que ellos tienen ramas de productos orgánicos en sus empresas dando publicidad, distribución, montaje, relación con el cliente y competitividad al producto, ellos incluso pueden dar marca propia dando alcance no solo al mercado local canadiense sino a países cercanos.

Metodología de la investigación.

Esta investigación se realizara mediante aplicación de fuentes primarias y secundarias; la fuente primaria será principalmente mediante el uso de la herramienta de entrevistas que es útil para el análisis en su fase cualitativa y como fuente secundaria se analizará estudios, estadísticas e información comercial sobre la exportación de camote orgánico. La fase cualitativa de la investigación será llevada a cabo aplicando:

Entrevista a profundidad: dirigida a funcionarios del MAGAP dado su nivel de experiencia y conocimiento del tema. Las entrevistas también se realizarán a representantes de las exportadoras, específicamente quienes produzca y comercialicen camote orgánico. Las fuentes secundarias a usarse en la investigación se realizará mediante:

Recopilación de información de estadísticas del 2011 – 2015 sobre el camote ecuatoriano: Se necesita a modo de registro histórico y para recolección de información de la exportación sobre el producto en el Ecuador.

Observación del proceso de producción en finca: Se realiza para tener contacto cercano con la realidad del proceso de producción del camote, conocer el producto de cerca y comprobar la realización de la actividad que se analiza.

1. Análisis de la investigación

10.1. Recopilar información sobre la producción y exportación del camote orgánico en mercados internacionales.

Durante la realización del trabajo, se logró ubicar a productores de la provincia de Manabí por tener este un suelo ideal para el cultivo del camote orgánico. De ellos partimos para obtener la información esencial como sembrada, tiempo de cultivo, cosecha e inversión inicial además de los problemas que los aquejan y el poder conocer su interés por exportar su producto. Se recopiló todos los pasos necesarios para la exportación de

productos orgánicos desde el Ecuador y los requerimientos para el ingreso del camote orgánico en el mercado canadiense. Se contactó con la institución encargada de la investigación del camote en Ecuador ubicada en Portoviejo – Manabí y así saber más de la situación en general de los productores y exportadores en Ecuador.

10.2. Analizar la demanda del camote orgánico en Canadá, mediante estadísticas de información secundaria obteniendo datos reales y confiables que permitan su posible ingreso al mercado.

Se realizó una investigación donde se consiguieron grandes compradores en Canadá, los cuales en su mayoría son parte de cadenas de supermercados que para nuestro análisis fueron elegidos como canal de distribución en Canadá por tener mayor alcance en la población y hacer la gestión de publicidad y marketing necesario para penetrar en el mercado. Datos obtenidos mediante estadística permitió conocer que Canadá tiene una creciente demanda en productos orgánicos requeridos por los movimientos veganos y por el mismo gobierno que promueve la alimentación sana. Se tomaron registros de los 3 últimos años de importación de camote en Canadá, donde Ecuador no figura como uno de sus proveedores pero que sin embargo tiene todas las ventajas de suelo para abastecer un porcentaje de ese mercado.

Mediante los datos recopilados se determinó que el punto de entrada para el camote orgánico de Ecuador es Montreal, ya que allí se ubican grandes mayoristas de alimentos orgánicos y supermercados que tiene en sus perchas el producto disponible como por ejemplo **BOEUF MERITE, CANADAWIDE FRUIT WHOLESALERS INC, COURCHESNE LAROSE, LIMITEE** todos ubicados en esa ciudad además de ser la segunda más poblada del país con buena infraestructura vial para la distribución del producto hacia los demás poblados. Se determinó el costo del envío de contenedores con una consolidadora de carga del país para así reflejar datos fidedignos los costos de envío.

10.3. Determinar la Factibilidad de la exportación de camote orgánico al mercado canadiense, permitiendo así reducir los costos en la exportación del producto.

Se determina la factibilidad mediante los costos de producción, empaque, envío y documentación necesaria para el envío hacia Canadá donde se compara la utilidad que se genera y el tiempo en que se recupera la inversión inicial. También se determina el canal de distribución ideal para que nuestro producto penetre en el mercado y así asegurar mejores ventas en el país de destino.

Conclusión

En cuanto a la factibilidad esperada en el proyecto, se analizó y se concluyó que es viable y factible, desde el punto de vista financiero se elaboraron proyecciones de las ventas, costos y utilidades a cinco años. Con los resultados obtenidos se concluyó que el proyecto es rentable pues las utilidades a obtener son suficientes como para justificar la inversión. Un factor primordial para obtener ganancias calculadas es el precio que los clientes potenciales están dispuestos a pagar puesto que el rango de diferencia que existe

entre el precio de venta y el costo de venta, incluyendo costos de exportación, es considerable.

La estabilidad política y económica que goza Canadá en estos momentos nos permitirá tener ventas aseguradas por mucho tiempo de manera sostenida.

Se concluye que por sus procesos de desaduanización ágiles y el aumento de la demanda de productos orgánicos, Canadá es un mercado potencial para nuestro camote orgánico. Se determinó que la zona de Manabí por tipo de tierra y ubicación califica como óptima para el sembrío de camote orgánico, tiene cobertura de servicios básicos, vías de acceso para la distribución a los diferentes puertos de salida de Ecuador.

Bibliografía

Comercio y Aduanas. (15 de 10 de 2011). *Comercio y Aduanas*. Obtenido de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/110-que-es-incoterm-fob>
Conceptos.com. (s.f.). *www.conceptos.com*. Recuperado el 10 de 01 de 2016, de <http://conceptos.com/significado-metodos-de-investigacion/>

FAO, F. a. (s.f.). *FAO, Food and Agriculture Organization*. Recuperado el 08 de 01 de 2016, de <http://www.fao.org/economic/futurefibres/fibres/abaca0/es/>

Sampieri, D. R. (2010). *Metodología de la Investigación (Quinta Edición)*. Mexico: McGrawHill .

Silva. (2011). *Med.se*. Obtenido de <http://med.se-todo.com/pravo/4611/index.html>

Recibido: 14/09/2016 **Aceptado:** 23/09/2016 **Publicado:** Septiembre de 2016

Fuente: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/09/camote.html>

Anexo 14.- Certificado de Origen TLC Canadá- Perú

Certificado de Origen Tratado de Libre Comercio Canadá - Perú (Instrucciones al reverso)

Llenar a máquina o en letra de imprenta.

1. Nombre y dirección del Exportador: Teléfono: Fax: Correo Electrónico:		2. Periodo que cubre: DD MM AAAA DD MM AAAA Desde: ___/___/_____/ Hasta: ___/___/_____/			
3. Nombre y dirección del Productor: Teléfono: Fax: Correo Electrónico:		4. Nombre y dirección del Importador: Teléfono: Fax: Correo Electrónico:			
5. Descripción de la(s) Mercancía(s)	6. Clasificación Arancelaria	7. Criterio Preferencial	8. Productor	9. Prueba de Valor	10. País de Origen
11. Número de Referencia:					
12. Observaciones:					
13. Declaro bajo juramento que: - La información contenida en este documento es verdadera y exacta, y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente de que seré responsable por cualquier declaración falsa u omisión material hecha en o en relación con el presente documento. - Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, la documentación necesarias que respalde el contenido del presente Certificado, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes entregue el presente Certificado sobre cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo. - Las mercancías son originarias del territorio de una o ambas Partes y cumplen con los requisitos de origen que les son aplicables conforme al Tratado de Libre Comercio Canadá - Perú. Este Certificado consta de _____ páginas, incluyendo todos los anexos.					
Firma autorizada:			Empresa:		
Nombre:			Cargo:		
DD MM AAAA Fecha: -----/-----/-----			Teléfono: Fax: Correo Electrónico:		

Instrucciones para el llenado del Certificado de Origen

Para efectos de obtener un trato arancelario preferencial, este documento deberá ser completado de forma legible y completa por el exportador de la mercancía y deberá estar en poder del importador en el momento de hacer la declaración. Este documento también podrá ser llenado voluntariamente por el productor para ser utilizado por el exportador. Escriba a máquina o en letra de imprenta. Si requiere más espacio, utilice hojas adicionales.

- Campo 1:** Indique el nombre legal completo, la dirección (incluyendo la ciudad y el país), el número de teléfono, el número de fax y la dirección de correo electrónico del exportador.
- Campo 2:** Llene este Campo si el Certificado ampara varios embarques de mercancías idénticas, tal como se describe en el Campo 5, que son importadas a Canadá o a Perú por un período específico de tiempo no superior a 12 meses (período que cubre). "DESDE" indica la fecha a partir de la cual el Certificado será aplicable respecto de la mercancía amparada por el Certificado (esta fecha puede ser anterior a la fecha de la firma del Certificado). "HASTA" es la fecha en que expira el período que cubre el Certificado. La importación de una mercancía para la cual se solicita trato arancelario preferencial con base en este Certificado deberá efectuarse entre esas dos fechas.
- Campo 3:** Si existe un solo productor, indique la razón social completa, la dirección (incluyendo la ciudad y el país), el número de teléfono, el número de fax y la dirección de correo de dicho productor. Si en el Certificado se incluye a más de un productor, señale "VARIOS" y adjunte una lista de todos los productores, incluyendo sus razones sociales, direcciones (incluyendo la ciudad y el país), números de teléfono, números de fax y direcciones de correo electrónico, haciendo referencia a la(s) mercancía(s) descrita(s) en el Campo 5. Si desea que esta información se mantenga confidencial, puede anotar "DISPONIBLE A SOLICITUD DE LAS AUTORIDADES".
- Campo 4:** Indique el nombre legal completo, la dirección (incluyendo la ciudad y el país), el número de teléfono, el número de fax y la dirección de correo electrónico del importador.
- Campo 5:** Proporcione una descripción completa de cada mercancía. La descripción deberá ser lo suficientemente detallada como para poder relacionarla con la descripción de la mercancía contenida en la factura y en el Sistema Armonizado (SA). Si el Certificado ampara solo un envío de una mercancía, deberá indicarse la cantidad y unidad de medida de cada mercancía, incluyendo el número de serie si es posible.
- Campo 6:** Para cada mercancía descrita en el Campo 5, identifique los seis dígitos correspondientes a la clasificación arancelaria del SA.
- Campo 7:** Para cada mercancía descrita en el Campo 5, indique qué criterio (desde A hasta D) es aplicable. Las reglas de origen se encuentran en el Capítulo Tres (Reglas de Origen) y en el Anexo 301 (Reglas Específicas de Origen). NOTA: para tener derecho a acogerse al trato arancelario preferencial, cada mercancía debe cumplir por lo menos con uno de los criterios establecidos más abajo.

Criterios para trato preferencial

- A** La mercancía es "obtenida en su totalidad o producida enteramente" en el territorio de una o de ambas Partes, tal como se indica en el Artículo 318. NOTA: la compra de una mercancía en el territorio no necesariamente la califica como "completamente obtenida o producida". (Referencia: Artículo 301(a) y 318).
- B** La mercancía es producida enteramente en el territorio de una o de ambas Partes y cumple con la regla específica de origen establecida en el Anexo 301 que se aplica a su clasificación arancelaria. La regla puede incluir un cambio de clasificación arancelaria, un requisito de prueba de valor o un cambio en la

clasificación arancelaria más una prueba de valor. La mercancía también debe cumplir con todas las demás exigencias pertinentes del Capítulo Tres. (Referencia: Artículo 301(b))

- C** La mercancía es producida enteramente en el territorio de una o ambas Partes, exclusivamente a partir de materiales originarios. Conforme a ese criterio, uno o más de los materiales puede no coincidir con la definición de “obtenido en su totalidad o producido enteramente”, tal como se establece en el Artículo 318. Todos los materiales utilizados en la producción de la mercancía deben calificar como “originarios”, mediante el cumplimiento de las reglas de origen del Artículo 301 (a) a (d). (Referencia: Artículo 301(c))
- D** La mercancía es enteramente producida en el territorio de una o ambas Partes, pero no cumple con la regla de origen pertinente establecida en el Anexo 301 (Reglas Específicas de Origen) debido a que ciertos materiales no originarios no sufren el cambio en la clasificación arancelaria exigido. No obstante lo anterior, las mercancías cumplen con la exigencia del prueba de valor establecida en el Artículo 301(d). Este criterio está limitado a la siguiente circunstancia: la mercancía incorpora uno o más materiales no originarios, los cuales no pueden experimentar un cambio de clasificación arancelaria, debido a que tanto la mercancía como los materiales no originarios están clasificados en la misma subpartida o partida, que no es subdividida en subpartidas.

NOTA: este criterio no se aplica a las mercancías de los Capítulos 01 a 21, de las partidas 39.01 a 39.15 o de los Capítulos 50 al 63 del SA. (Referencia: Artículo 301(d))

- Campo 8:** Para cada mercancía descrita en el Campo 5, indique “SÍ” si usted es el productor de la mercancía. Si usted no es el productor de la mercancía, indique “NO”, seguido de (1), (2) ó (3), dependiendo de si este Certificado se ha fundamentado en:
- (1) su conocimiento sobre si la mercancía califica como originaria;
 - (2) su confianza en la declaración escrita del productor (distinta de un Certificado de Origen) que señala que la mercancía califica como originaria; o
 - (3) un Certificado completado y firmado por el productor para la mercancía, entregado voluntariamente al exportador por el productor.
- Campo 9:** Para cada mercancía descrita en el Campo 5, cuando la mercancía esté sujeta a una exigencia de prueba de valor, indicar “CN” si la prueba de valor ha sido calculado de acuerdo al método del costo neto, o “VT” si el la prueba de valor ha sido calculado de acuerdo al método de valor de transacción. Si la prueba de valor se calcula conforme al método del costo neto que abarca un período de tiempo, indique además las fechas de inicio y de término (DD/MM/AAAA) de dicho período. (Referencia: Artículo 303).
- Campo 10:** Identifique el nombre del país de origen, (“PE” para todas las mercancías originarias exportadas a Canadá; “CA” para todas las mercancías originarias exportadas a Perú).
- Campo 11:** Si el Certificado ampara sólo un envío de una mercancía, deberá indicarse el número de la factura como aparece en la factura comercial. Si es desconocido, indique otro número de referencia único, tal como el número de la orden de compra, el número de la orden de embarque o cualquier otro número que pueda ser utilizado para identificar las mercancías.
- Campo 12:** Este Campo podrá ser utilizado cuando exista alguna observación relacionada con este Certificado, como cuando la(s) mercancía(s) descrita(s) en el Campo 5 haya(n) sido objeto de una resolución anticipada o de una resolución sobre clasificación arancelaria o valor de los materiales. Indique la autoridad emisora, el número de referencia y la fecha de emisión.
- Campo 13:** Este Campo debe ser completado, firmado y fechado por el exportador. Cuando el productor haya llenado el Certificado para uso del exportador, deberá estar llenado, firmado y fechado por el productor. La fecha deberá ser aquella en que el Certificado haya sido llenado y firmado.

Fuente: Acuerdos Comerciales