



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

**EXPORTACIÓN DE MERMELADA DE MANGO-MARACUYÁ  
EDULCORADO CON ESTEVIA AL MERCADO DE PATERSON,  
NEW JERSEY-ESTADOS UNIDOS**

**PRESENTADA POR  
ROSSMARY CENTENO VALDIVIA**

**PLAN DE NEGOCIOS**

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

**LIMA – PERÚ**

**2017**



**CC BY-NC-SA**

**Reconocimiento – No comercial – Compartir igual**

La autora permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

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



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**EXPORTACIÓN DE MERMELADA DE MANGO-MARACUYÁ  
EDULCORADO CON ESTEVIA AL MERCADO DE  
PATERSON, NEW JERSEY- ESTADOS UNIDOS**

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

**PRESENTADO POR:  
ROSSMARY CENTENO VALDIVIA**

**LIMA, PERÚ**

**2017**

## **DEDICATORIA**

El presente plan de negocio va dirigidos hacia mis padres, por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia y mi coraje para conseguir mis objetivos.

A mis profesores del curso, por la orientación y ayuda que me brindaron para la realización del presente plan de negocio, por su apoyo incondicional que me permitió aprender mucho más, en este proyecto.

Gracias de corazón por todas las oportunidades que me han brindado.

## Contenido

1.	RESUMEN EJECUTIVO .....	6
2.	ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES .....	8
2.1.	Nombre o razón social .....	8
2.2.	Actividad económica o codificación internacional .....	8
2.3.	Ubicación y factibilidad Municipal y sectorial .....	9
2.4.	Objetivos de la Empresa, Principios de la empresa en marcha .....	10
2.5.	Ley de Mypes, micro y pequeña empresa, características .....	12
2.6.	Estructura orgánica .....	13
2.7.	Cuadro de asignación de personal.....	15
2.8.	Forma jurídica empresarial .....	16
2.9.	Registro de Marca y procedimientos en INDECOPI .....	16
2.10	Requisitos y trámites municipales.....	17
2.11	Régimen tributario procedimientos desde la obtención del RUC y modalidades.....	18
2.12	Registro de planilla electrónica (PLAME).....	18
2.13	Régimen laboral especial y general laboral .....	20
2.14	Modalidades de contratos laborales .....	20
2.15	Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de Accionistas .....	21
3.	PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL .....	22
3.1.	Descripción del producto .....	22
3.1.1.	Clasificación arancelaria .....	22
3.1.2.	Propuesta de valor.....	23
3.1.3.	Ficha técnica comercial.....	23
3.2	Investigación del Mercado Objetivo .....	24
3.2.1.	Segmentación de mercado objetivo .....	25
3.2.2.	Tendencias de consumo .....	26
3.3	Análisis de la oferta y la demanda .....	27
3.3.1.	Análisis de la oferta .....	27
3.3.2.	Análisis de la demanda .....	28
3.4.1.	Estrategias de segmentación .....	28
3.4.2.	Estrategias de posicionamiento.....	30
3.4.3.	Estrategias de distribución .....	31

3.5 Estrategias de promoción.....	32
3.6 Tamaño de planta. Factores condicionantes.....	33
4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL .....	34
4.1. Envases, empaques y embalajes.....	34
4.2. Diseño del rotulado y marcado .....	37
4.2.1. Diseño del rotulado .....	37
4.2.2. Diseño del marcado.....	38
4.3. Unitarización y cubicaje de la carga .....	39
4.4. Cadena de DFI de exportación.....	43
5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL .....	48
5.1. Fijación de precios .....	48
5.1.1. Costos y precio.....	48
5.1.2. Cotización Internacional .....	52
5.2. Contrato de compra venta internacional y sus documentos .....	54
5.3. Elección y aplicación del Incoterm.....	74
5.4. Determinación del medio de pago y cobro .....	75
5.5. Elección del régimen de exportación .....	75
5.6. Gestión aduanera del comercio internacional .....	75
5.7. Gestión de operaciones de exportación.....	76
6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO.....	81
6.1. Inversión Fija .....	81
6.1.1. Activos tangibles.....	81
6.1.2. Activos intangibles.....	81
6.2. Capital de Trabajo .....	82
6.3. Inversión Total .....	84
6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento.....	84
6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito.....	84
6.6. Presupuesto de costos.....	87
6.7. Punto de equilibrio .....	92
6.8. Tributación de la exportación .....	94
6.9. Presupuesto de ingresos .....	94
6.10. Presupuesto de egresos.....	95
6.11. Flujo de caja proyectado .....	95
6.12. Estado de Ganancias y Pérdidas.....	97
6.13. Evaluación de la Inversión .....	98
6.13.1. Evaluación Económica.....	98

6.13.2.	Evaluación Financiera.....	99
6.13.3.	Evaluación Social.....	99
6.13.4.	Impacto ambiental.....	99
6.14.	Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo.....	100
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	101
7.1.	Conclusiones .....	101
7.2.	Recomendaciones .....	102
	BIBLIOGRAFIA .....	103
	ANEXOS .....	105

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente plan de negocio, tendrá como objetivo la exportación de mermelada de mango-maracuyá edulcorado con estevia, MARACUMANGO JAM es un producto innovador a base de las pulpas de los frutos mango-maracuyá que mediante un proceso de cocción , van a convertirse en mermelada, siendo su principal característica ser endulzado con un edulcorante natural como la estevia, es decir, va a tener la textura de sabores tropicales y refrescantes, que se puede adherir a la dieta diaria de los consumidores.

El problema concreto que resuelve es brindar un producto bajo en azúcares manteniendo las propiedades alimentarias del mango y la maracuyá, presentado en un práctico envase para el consumo de los clientes.

Se logrará llevar a cabo la exportación del producto, junto al apoyo de inversionistas, que manejen el tema y tengan experiencia en el campo requerido, para así realizar las funciones óptimas para que se obtengan resultados positivos en las exportaciones.

El negocio tendrá éxito debido a que las exportaciones de mermeladas a Estados Unidos vienen incrementándose en los últimos años, así por ejemplo, en el periodo 2012-2015 aumentaron en alrededor de 5% hasta alcanzar ventas de casi US\$ 5 millones.

La propuesta de valor está dada por la combinación de dos frutos tropicales con alto contenido en vitaminas A, B, C y E, adicionalmente, va a ser endulzado por un edulcorante natural que es la estevia, que posee grandes beneficios para la salud, y, a la vez, impulsa a que el producto sea consumido también por personas que necesitan alimentos con bajos en colesterol, por ejemplo, las diabéticas.



Según los datos estadísticos, existen diversas exportaciones de mermeladas de distintos frutos, pero ninguna exportación de la combinación del mango y la maracuyá, sin dejar de lado el valor agregado que se está dando, al colocarle estevia como endulzante.

## **2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES**

### **2.1. Nombre o razón social**

MERMI S.A.C es el nombre que se le ha dado a la empresa constituida para la comercialización de mermeladas de mango-maracuyá, la razón social hace referencia al giro del negocio.

MERMI S.A.C es el nombre abreviado de la palabra MERMELADA

El nombre comercial es MARACUMANGO JAM, que es el nombre compuesto por las siguientes palabras:

MARACUMANGO: La mezcla de las frutas tropicales, Maracuyá y Mango.

JAM: En español significa “MERMELADA”

**Numero de RUC:** 20101184591

### **2.2. Actividad económica o codificación internacional**

La principal actividad económica de MERMI S.A.C se desarrollará en la exportación de mermeladas, se inicia con la exportación de mermeladas de mango-maracuyá edulcorado con estevia en frascos de 250 gr dirigido al mercado de Paterson – New Jersey – Estados Unidos

La codificación CIIU que le pertenece a la empresa es 1030 que corresponde a la fabricación de compotas, mermeladas y jaleas.

Tabla 1: CODIFICACIÓN CIIU

CIIU4	Descripción	Incluye	No Incluye
1030	Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas	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).	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.

Fuente: INEI, 2017

### 2.3. Ubicación y factibilidad Municipal y sectorial

La ubicación de las oficinas será en el distrito de Santa Anita, ya que es un lugar estratégico y céntrico, por la cercanía de los socios, proveedores y el puerto está a 45 minutos.

Tabla 2: Matriz EFE para la ubicación de oficinas

FACTORES	PESO RELATIVO	CLASIFICACION	
		SANTA ANITA	
		VALOR	VALOR TOTAL
Cercanía de socios	5	4	20
Cercanía a proveedor	4	3	12
Cercanía a puerto	3	5	15
<b>PUNTAJE TOTAL</b>	-	-	<b>47</b>

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Según la matriz EFE, el distrito de Santa Anita es el lugar ideal para ejercer nuestras operaciones. Asimismo, se ha realizado un estudio para identificar el mejor lugar para instalar el local.

Obteniendo como resultado la Calle Emilio Fort 175 urb. Los Ficus – Santa Anita, la calle se encuentra en la zona industrial del distrito ya mencionado, el cual posee fácil acceso para la entrada y salida del producto, proveedores y socios.

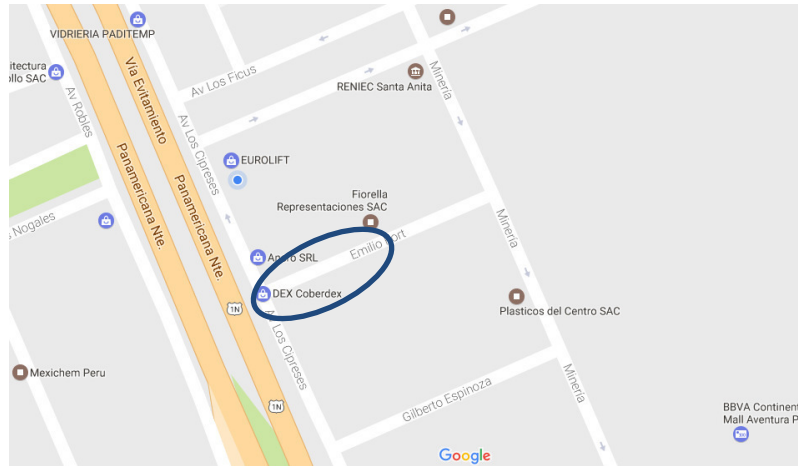


Figura 1: UBICACIÓN DEL LOCAL

FUENTE: GOOGLE MAPS, 2017

## FACTIBILIDAD MUNICIPAL Y SECTORIAL

Los permisos municipales los brinda la municipalidad de Santa Anita, se debe realizar el pago de 0.92% de UIT, es decir, S/37.26 para un área mayor a 100 m<sup>2</sup> (incluye inspección de defensa civil).

### 2.4. Objetivos de la Empresa, Principios de la empresa en marcha

#### Misión

Brindar mermeladas saludables con sabor tropical que sirven como acompañamiento en cualquier momento del día.

## **Visión**

Ser una de las 5 marcas más reconocidas de mermeladas en el mercado de Paterson.

## **Valores**

- Responsabilidad
- Calidad
- Honestidad
- Puntualidad
- Trabajo en equipo

## **Principios**

- Poseer y promover la cultura de calidad.
- Trabajar siempre en una mejora continua para optimizar los procesos.
- Brindar desarrollo y bienestar del recurso humano.

## **Objetivos**

- Tener la mayor participación en el mercado de mermeladas en New Jersey.
- Brindar mermeladas de alta calidad y con sabor tropical.

## MATRIZ FODA



Fuente: Elaboración Propia

### 2.5. Ley de Mype, micro y pequeña empresa, características

MERMI S.A.C según sus características y la composición de la empresa esta se acoge a la Ley No 28015, Ley de Promoción de Competitividad, formalización y desarrollo del micro y pequeña empresa.

Según la Ley No 28015 (DIARIO EL PERUANO, 2008), indica que las pequeñas empresas deben tener ventas anuales entre 150 UIT o 607,500.00 soles y 1,700 UIT o 6,885,000.00 soles.

El régimen al que se acoge MERMI S.A.C señala que todo trabajador tiene derecho a percibir como mínimo un sueldo mensual de S/. 850.00 soles, en las que debe trabajar 8 horas diarias por 6 días o cumplir semanalmente un horario de 48 horas, derecho a descanso semanal, feriados y vacacional (15 días como mínimo), pago por sobre tiempos, y protección de despido injustificado, el seguro de salud es de 9%.

## 2.6. Estructura orgánica

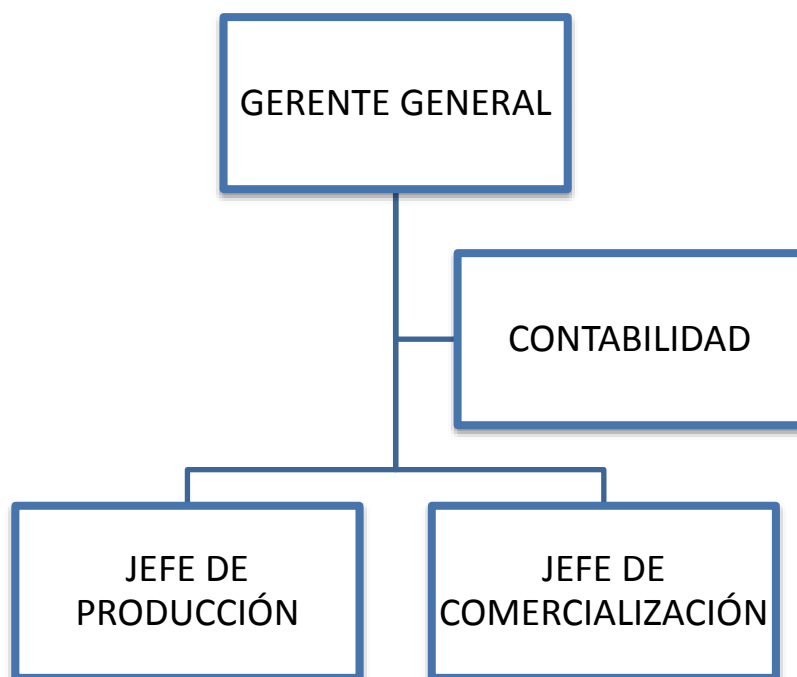


Figura 2: CUADRO DE ESTRUCTURA ORGÁNICA

Fuente: Elaboración Propia

Funciones:

### **Gerente General**

- ↪ Representante Legal.
- ↪ Revisa y aprueba los presupuestos y gastos.
- ↪ Controla la operatividad de las áreas.
- ↪ Supervisa, dirige y controla las funciones de las áreas.

### **Jefe de Producción**

- ↪ Planeamiento, control y evaluación de la calidad de la producción.
- ↪ Mejora del desarrollo de procesos y productos.
- ↪ Supervisa la calidad de los productos.
- ↪ Supervisar la rotación de Stock

### **Jefe de Comercialización**

- ↪ Negocia con los clientes el precio y determina volúmenes de ventas, además de las condiciones de venta.
- ↪ Apoyo en la definición de los canales de venta y estructura de precios desarrollando presupuestos de ventas y de marketing.
- ↪ Manejo cartera de clientes del exterior.
- ↪ Definición, desarrollo e implementación de la estrategia comercial, identificando la estructura comercial según el mercado y sus competidores.



## 2.7. Cuadro de asignación de personal

Respecto a la asignación de personal de MERMI S.A.C. esta se basa en la cantidad de personas que cumplan los requisitos para poder desempeñar las funciones de acuerdo al perfil del puesto, como los estudios, los años de experiencia tal como se muestra a continuación:

Tabla 3: CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PERSONAL

CARGOS	NRO. DE TRABAJADORES	ESPECIALIDAD	GRADOS		EXPERIENCIA	TIEMPO
			BACHILLER	TITULO Y COLEGIATURA		
GERENTE GENERAL	1	ING. INDUSTRIAL		SI	SUPPLY CHAIN MANAGEMENT	5 años
JEFE DE PRODUCCION	1	ING. DE INDUSTRIAS ALIMENTARIAS		SI	PRODUCCION DE MERMELADAS	3 años
JEFE DE COMERCIALIZACION	1	ADM. DE NEGOCIOS INTERNACIONALES	SI		COMERCIO EXTERIOR Y VENTAS	2 años

Fuente: Elaboración Propia

El siguiente cuadro hace referencia a los sueldos de los trabajadores de manera detallada, se detalla de manera mensual y anual, con todos los beneficios a los que están acogidos los trabajadores.

Tabla 4: CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PERSONAL

DESCRIPCION	NRO DE EMPLEADOS	REMUNERACION	PAGO MENSUAL	PAGO ANUAL	CTS % SUELDO	GRATIFICACIONES	VACACIONES	ESSALUD	TOTAL
GERENTE GENERAL	1	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 24,000.00	S/. 1,000.00	S/. 4,000.00	S/. 1,000.00	S/. 2,160.00	S/. 36,161.00
JEFE DE PRODUCCION	1	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 14,400.00	S/. 600.00	S/. 2,400.00	S/. 600.00	S/. 1,296.00	S/. 21,697.00
JEFE DE COMERCIALIZACION	1	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 14,400.00	S/. 600.00	S/. 2,400.00	S/. 600.00	S/. 1,296.00	S/. 57,858.00

Fuente: Elaboración Propia

Adicionalmente, se considera la asesoría externa por parte de un contador, el cual trabajara por recibo por honorarios, que percibirá un sueldo mensual de S/1000.00

## **2.8. Forma jurídica empresarial**

MERMI S.A.C. es la razón social de la empresa para la comercialización de mermeladas de mango-maracuyá edulcorado con estevia, que se ha constituido como SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA (S.A.C.) , ya que es la que se acoge a los objetivos de la empresa.

Al ser una S.A.C. posee de 2 a 20 accionistas, los órganos que están incluidos en esta sociedad son la Junta General de accionistas, directorio (opcional) y gerencia, así mismo los aportes deben ser en moneda nacional y/o extranjera, adicionalmente la transferencia de acciones debe ser anotado en el libro de Matricula de Acciones de la Sociedad.

## **2.9. Registro de Marca y procedimientos en INDECOPI**

El nombre comercial es MERMI S.A.C y la marca comercial es MARACUMANGO JAM para la comercialización mermeladas de mango-maracuyá edulcorado con estevia.

EL registro de la marca ante Indecopi se ha gestionado de la siguiente forma:

- Búsqueda de antecedentes, se debe de constatar que no se ha registrado el nombre de la marca o que sea similar en este caso MARACUMANGO JAM, los registros no deben coincidir con alguna marca registrada según la fonética y las figuras del logo.  
Costo de S/. 562.95 o el 13.9 % de una UIT

- Formato solicitud de marca:

Consta en 3 ejemplares de la solicitud, se debe consignar:

- DNI o RUC
- Registro del ruc
- Datos del representante legal, junto con el documento Poder

- Domicilio legal
- Signo a registrar logotipo en imagen y tridimensional en blanco y negro y colores.
- Consignar la actividad económica
- Firma de solicitante
- Constancia de pago
- Evaluación, dura aproximadamente 15 días hábiles, y es examinado para ver si cumple con los requisitos
- Publicación, para completar el trámite se debe publicar la marca solo por una vez y únicamente en el diario El Peruano, asumiendo el costo de la publicación. Además, cuenta con 30 días hábiles para hacerlo.

## **2.10 Requisitos y trámites municipales**

Para obtener la licencia de funcionamiento de un local mayor a 100 m<sup>2</sup> en el distrito de Santa Anita es el siguiente: (MUNICIPALIDAD DE SANTA ANITA, 2017)

- Los requisitos indispensables son contar con el RUC, formato de solicitud, copia vigencia de poder de representante legal y la declaración jurada de observancia de condiciones de seguridad.
- El tiempo de trámite de la Licencia de funcionamiento se resuelve en 15 días hábiles, desde la fecha de ingreso del expediente.
- El pago por derecho de trámite es 0.92% de UIT, es decir, S/.37.26.
- La municipalidad evalúa la zonificación, compatibilidad de uso y condiciones de seguridad en edificaciones.

Una vez obtenida la licencia de funcionamiento, se puede abrir el local. Así mismo la licencia es personal e intransferible, esta debe ser tramitada por la persona que conducirá el local, sea propietario o inquilino, y es necesario que el local se encuentre acondicionado antes de solicitar la licencia.

## **2.11 Régimen tributario procedimientos desde la obtención del RUC y modalidades**

El RUC es un padrón en el que deben registrarse los contribuyentes respecto de los tributos que administra la SUNAT y constituye una base de datos cuya información es actualizada permanentemente por los contribuyentes y por la misma SUNAT. Este registro permite otorgar a cada persona, entidad o empresa un RUC que consta de 11 dígitos que es de carácter permanente y de uso obligatorio en todo trámite ante la SUNAT. (SUNAT, 2017)

Para obtener el RUC, se deben seguir los siguientes pasos:

- DNI vigente del Representante Legal
- Ficha o partida electrónica certificada por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a 30 días calendario.

MERMI S.A.C. se acoge al régimen general.

## **2.12 Registro de planilla electrónica (PLAME)**

Se denomina PLAME a la Planilla Mensual de Pagos, segundo componente de la Planilla Electrónica, que comprende información mensual de los ingresos de los sujetos inscritos en el Registro de Información Laboral (T-REGISTRO), así como de los Prestadores de Servicios que obtengan rentas de 4ta Categoría; los descuentos, los días laborados y no laborados, horas ordinarias y en sobretiempo del trabajador; así como información correspondiente a la base de cálculo y la determinación de los conceptos

tributarios y no tributarios cuya recaudación le haya sido encargada a la SUNAT. La PLAME se elabora obligatoriamente a partir de la información consignada en el T-REGISTRO. Es preciso señalar que la versión vigente es la 3.0, aprobada mediante Resolución de Superintendencia N° 124-2016/SUNAT la cual es de uso obligatorio a partir del 01 de junio de 2016 y debe utilizarse a partir del período mayo de 2016 en adelante. (SUNAT, 2017)

Tabla 5: PLANILLA MENSUAL DE PAGOS

DESCRIPCION	NRO DE EMPLEADOS	PAGO MENSUAL	ONP	AFP	ESSALUD
GERENTE GENERAL	1	S/. 2,000.00	S/. 260.00	S/. 239.60	S/. 180.00
JEFE DE PRODUCCION	1	S/. 1,200.00	S/. 156.00	S/. 143.76	S/. 108.00
JEFE DE COMERCIALIZACION	1	S/. 1,200.00	S/. 156.00	S/. 143.76	S/. 108.00

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la planilla mensual de pagos de MERMI S.A.C. en el caso de ONP este equivale al 13% de la remuneración, respecto a la AFP, este corresponde el 11.98% del sueldo y ESSALUD el 9%.

## 2.13 Régimen laboral especial y general laboral

Respecto al régimen al cual se acoge MERMI S.A.C, esta pertenecerá al régimen de pequeña empresa, a continuación se detallan los beneficios de los trabajadores:

PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de <b>15 días</b> calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura Previsional
Indemnización por despido de <b>20 días de remuneración por año de servicios</b> (con un tope de <b>120 días</b> de remuneración)
Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)
Derecho a percibir <b>2 gratificaciones</b> al año (Fiestas Patrias y Navidad)
Derecho a participar en las utilidades de la empresa
Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

IMAGEN 1: RÉGIMEN LABORAL DE LA PEQUEÑA EMPRESA:

Fuente: SUNAT , 2017

## 2.14 Modalidades de contratos laborales

Un contrato laboral se da entre dos partes, el empleador y el empleado, la cual cada parte se compromete a prestar sus servicios a cambio de una remuneración. (DESTINO NEGOCIO, 2015)

- El contrato a plazo indeterminado o indefinido: es aquel que tiene fecha de inicio pero no de terminación, significa que el contrato perdura hasta que exista un despido o el trabajador decida terminar con ella. Este contrato goza de todos los beneficios de ley.

- El contrato a plazo fijo o determinado: aquel que cuenta con un tiempo determinado y se celebra por una necesidad, tiempo máximo es de 5 años, y si sobrepasa el tiempo se considera a plazo indeterminado o indefinido.

Asimismo, existe una subdivisión del tipo de contrato

- Temporal: según la necesidad de la actividad económica.
- Ocasional: suplencia o emergencia de un puesto.
- Accidental: específico, temporada e intermitente.
- Contrato a tiempo parcial: es cuando el horario de trabajo no superan las 4 horas diarias.

## **2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de Accionistas**

La empresa MERMI S.A.C. tendrá la asesoría externa por parte de un asesor legal el cual será uno de nuestros socios clave, ya que brindara sus conocimientos y su trayectoria en el campo solicitado, al momento del armado y ejecución de los contratos comerciales que se realicen con los proveedores y clientes.

En dicho contrato se estipulan diferentes cláusulas como la duración del servicio, precio, volúmenes y tiempo de entrega. Esto será de suma importancia al momento de realizar las compras y ventas del producto.

Así también se tendrá el contrato de arrendamiento al momento de alquilar el local donde la empresa realizará sus funciones.

### **3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL**

#### **3.1. Descripción del producto**

Exportación de mermelada de Mango-Maracuyá edulcorado con Estevia, MARACUMANGO JAM es un producto de consistencia gelatinosa , obtenida por la cocción de las pulpas de las frutas mango y maracuyá, con adición edulcorante de la estevia, es decir con un sabor tropical que aporta vitaminas A,B,C y E, que posee grandes beneficios para la salud, y a la vez impulsa a que el producto sea consumido también por personas que necesitan alimentos con bajos en colesterol, y desean añadir este producto a su dieta diaria.

##### **3.1.1. Clasificación arancelaria**

La partida arancelaria usada en Perú para la exportación de mermelada de mango maracuyá es 2007.99.91.00 que describe a las demás confituras, jaleas y mermeladas.

#### **20.07**

Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.

#### **2007.99.91.00**

Las demás confituras, jaleas y mermeladas de frutas u otros frutos.

La partida arancelaria de Estados Unidos, que va de acuerdo al producto es la siguiente:



## 2007.99

Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incl. con adición de azúcar u otro edulcorante (exc. de agrios cítricos, así como las preparaciones homogeneizadas)

### 3.1.2. Propuesta de valor

La propuesta de valor está dada por la combinación de dos frutos tropicales con alto contenido en vitaminas A, B, C y E, adicionalmente, va a ser endulzado por un edulcorante natural que es la estevia, que posee grandes beneficios para la salud, y, a la vez, impulsa a que el producto sea consumido también por personas que necesitan alimentos con bajos en colesterol, por ejemplo las diabéticas.

Según los datos estadísticos, existen diversas exportaciones de mermeladas de distintos frutos, pero ninguna exportación de la combinación del mango y la maracuyá, sin dejar de lado el valor agregado que se está dando, al colocarle estevia como edulcorante.

### 3.1.3. Ficha técnica comercial

A continuación, se detalla la ficha técnica del producto:

FICHA TÉCNICA		
NOMBRE DEL PRODUCTO	MARACUMANGO JAM	
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	MERMELADA DE MANGO-MARACUYA EDULCORADO CON ESTEVIA	
LUGAR DE ELABORACIÓN	LA MOLINA, LIMA-PERU	
COMPOSICIÓN NUTRICIONAL	TOTAL GRASA	0 G
	SODIO	10 MG
	TOTAL CARBOHIDRATOS	12 G
	AZUCARES	12 G
	PROTEINA	0 G
PRESENTACIÓN	ENVASE DE VIDRIO DE 250 GR	
CARACTERÍSTICAS	COLOR: AMARILLO-ANARANJADO	
	SABOR: LIGERAMENTE ÁCIDO	
	COLOR: UNIFORME	
	CONSISTENCIA: SEMI VISCOSA	

### 3.2 Investigación del Mercado Objetivo

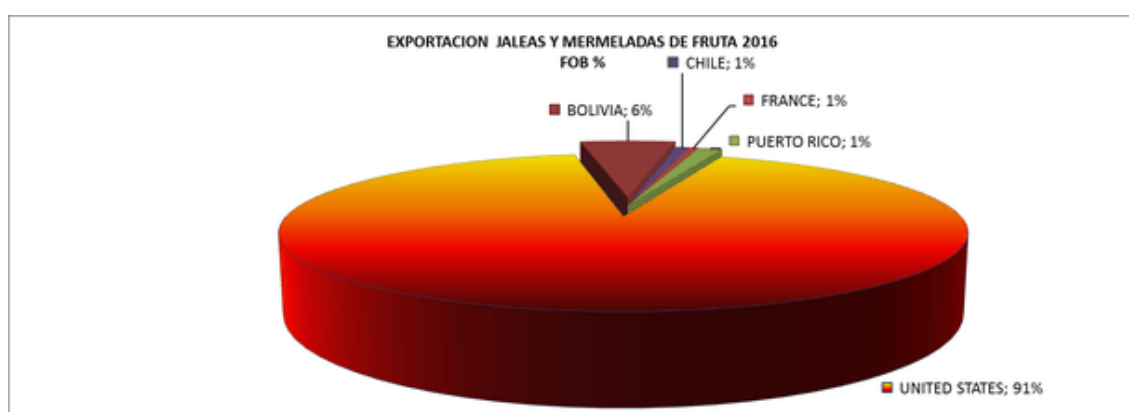
El mercado de mermeladas es muy amplio y variado, estas se encuentran en la categoría de productos untables, la exportación de mermeladas a Estados Unidos viene incrementándose en los últimos años, desde el periodo 2012-2015 aumentaron alrededor de 5% , se alcanzaron ventas de aproximadamente US\$5 millones.

Asimismo, durante los 5 primeros meses del 2016, las exportaciones de mermelada han incrementado en 17.2% , se puede deducir que la tendencia positiva existe, actualmente, en este rubro.

El interés del mercado es cada vez es mayor por consumir productos fabricados a base de ingredientes naturales que aporten beneficios para la salud.

Según AGRODATA, 2016:

Podemos observar que el mercado estadounidense es el principal destino de exportaciones de mermeladas, obteniendo un 91%.



### 3.2.1. Segmentación de mercado objetivo

A continuación, se van a describir las cualidades de nuestros consumidores, en este proceso se van a analizar las necesidades y comportamientos de cada uno de los perfiles:

- **Perfil geográfico:**

Maracumango Jam, tiene como público objetivo a los habitantes de la ciudad de Paterson, que es considerada como una de las ciudades más pobladas de New Jersey y, a la vez, con mayor presencia de latinos, tiene un alto consumo de productos personales por el ritmo de vida, rápidos y fáciles de consumir, saludables y naturales. Asimismo, al tener un 50% aproximadamente parte de la población que son latinos, se posee una gran ventaja ya que conocen el sabor y la textura de las frutas que emplearemos en nuestro producto.

- **Perfil demográfico:**

Maracumango Jam, tiene como público objetivo a personas entre los 18 y 45 años, solteros o casados, con hijos o sin hijos, profesionales o técnicos; que buscan un alimento que les brinden vitaminas y minerales necesarios que les ayude a mejorar su salud.

Este producto también va enfocado hacia niños y adolescentes siendo ellos los decisores de la compra, pero siendo sus padres los que solventen este gasto ya que son dependientes de ellos.

- **Psicográfica:**

Maracumango Jam, está orientado a las personas que tienen un estilo de vida saludable, por lo tanto, sus intereses se enfocan en alimentos que aporten proteínas y vitaminas necesarias.

Estos consumidores deben contar con una solvencia económica propia, que se encuentren en un estatus socio económico de clase A, B y C.

Asimismo, este producto puede ser consumido por personas que poseen una dieta de bajas calorías, así también como las personas diabéticas, ya que se emplea la estevia, que brinda grandes beneficios, sin alterar el sabor y siendo un edulcorante natural.

### 3.2.2. Tendencias de consumo

La tendencia en cuanto al sabor ha pasado de lo dulce a lo frutal. En esta medida, los consumidores actualmente prefieren mermeladas que tengan un sabor a fruta intenso y menos azucarado. Esto se puede ver reflejado en las variedades de confituras con alto contenido de fruta.

La estevia es el tipo de edulcorante que ha tenido mejor desempeño y su éxito se debe a que se considera natural, lo cual es una característica muy importante en el mercado estadounidense.

Los beneficios para la salud de los productos son una de las estrategias de venta de algunas marcas del segmento alto. Aun así, dado que el sabor es la principal característica requerida por el consumidor es importante que se le dé prioridad.

Actualmente, el endulzante más usado en la elaboración de mermeladas es el azúcar. Sin embargo, por el aumento de la importancia de la salud dentro de los parámetros de consumo de los estadounidenses, han aumentado las mermeladas con endulzantes naturales.

### 3.3 Análisis de la oferta y la demanda

#### 3.3.1. Análisis de la oferta

En los últimos 5 años, la oferta de las mermeladas ha subido en un 5%, en el mercado de Estados Unidos, lo cual es muy beneficioso para nosotros, ya que nos encontramos en un mercado en crecimiento.

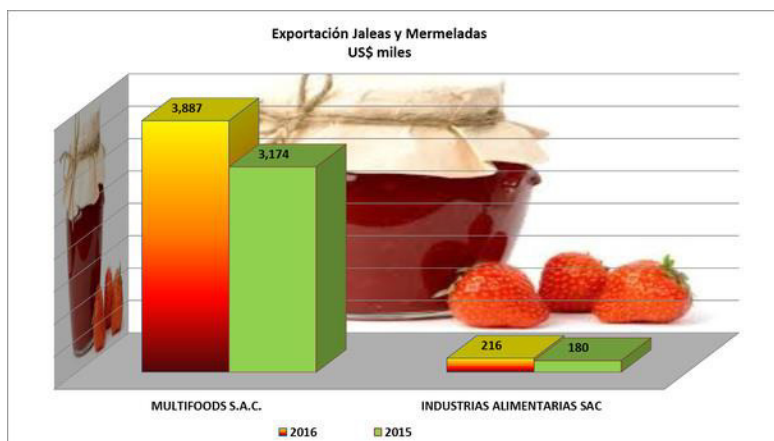
Respecto a la oferta nacional, en el siguiente cuadro observamos a las principales empresas exportadoras de mermeladas en el Perú:

PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS

Empresa	%Var 16-15	%Part. 16
MULTIFOODS S.A.C.	27%	93%
INDUSTRIAS ALIMENTARIAS S.A.C.	20%	5%
SOCIEDAD AGRICOLA VIRU S.A.	525405%	1%
ECOANDINO S.A.C.	4651%	1%
AGROINDUSTRIAS HUAYLLACAN S.A.C..	-20%	0%
GOURMETRADE S.A.C.	--	0%
PRODUCTOS EXTRAGEL Y UNIVERSAL S....	--	0%
INDUSTRIAS AGRICOLAS SRL	--	0%
EMPRESA AGRARIA CAFETALERA CHANCH...	60%	0%
Otras Empresas (17)	--	0%

Fuente: SUNAT

Se observa que MULTIFOODS S.A.C. lidera el mercado, en comparación de la empresa INDUSTRIAS ALIMENTARIAS S.A.C. como se puede observar a continuación:



### 3.3.2. Análisis de la demanda

Respecto a la demanda de la exportación de mermeladas, tenemos que Estados Unidos, es el que lidera las importaciones con el 4152.68 valor FOB en el 2016, como se muestra, a continuación, en el siguiente cuadro:

PRINCIPALES MERCADOS

Mercado	%Var 16-15	%Part. 16	FOB-16 (miles US\$)
Estados Unidos	30%	93%	4,152.68
Bolivia	15%	5%	207.10
Chile	3905%	1%	32.52
Puerto Rico	--	1%	29.66
Alemania	5013831%	0%	17.55
Francia	819%	0%	14.03
Venezuela	--	0%	4.45
Suecia	--	0%	2.77
México	9%	0%	1.23
Otros Países (8)	--	0%	1.80

Fuente: SUNAT

Según lo investigado, las exportaciones de mermelada, están siendo aceptadas de una manera positiva en el mercado estadounidense, asimismo, cabe resaltar que al ser un producto innovador, se va a tener una gran acogida.

## 3.4 Estrategias de Ventas y Distribución

### 3.4.1. Estrategias de segmentación

MERMI S.A.C. se basa en la exportación de mermelada de mango-maracuyá, edulcorado con estevia, la estrategia de segmentación que se empleara es la de concentración, ya que esta estrategia se basa en el posicionamiento de un solo mercado y convertirse en uno de los productos a consumir.

El mercado de Paterson, New Jersey es el mercado objetivo de la mermelada de mango-maracuyá edulcorado con estevia, posee la una gran ventaja competitiva ya que en el mercado

existen diferentes variedades de sabores de mermeladas, entre las más comunes tenemos: fresa, piña, naranja, durazno, pero hasta actualidad, no existen referencias de la combinación mango-maracuyá en el mercado de Estados Unidos y la combinación mencionada permite ingresar al mercado con un producto innovador.

A continuación, se va a detallar las características del mercado respecto a cada perfil:

- **Perfil geográfico:**

Paterson es una ciudad perteneciente al condado de Passaic, en Nueva Jersey, Estados Unidos. Según el Censo del año 2010, la población de la ciudad era de 149.222 habitantes, lo que la convierte en la tercera ciudad más poblada del estado de Nueva Jersey, por detrás de Newark y de Jersey City..

- **Perfil demográfico:**

El 30,20% de los habitantes eran de raza blanca, el 32,90% afroamericano, el 0,60% nativos americanos y el resto, de otras etnias. El porcentaje de hispanos era del 50,1%, la mayor parte procedentes de Perú, Colombia, República Dominicana y Puerto Rico.

- **Psicográfica:**

Orientado a las personas que tienen un estilo de vida saludable, por lo tanto, sus intereses se enfocan en alimentos que aporten proteínas y vitaminas necesarias.

### 3.4.2. Estrategias de posicionamiento

MERMI S.A.C busca posicionarse en el mercado objetivo, por su uso o beneficios, ya que presenta varios beneficios a los consumidores.

- **Atributos específicos:**

- ✓ **Mango**, además de tener beneficios a nivel estético si lo utilizamos tópicamente, el mango es rico en antioxidantes, que nos ayudan a prevenir enfermedades cardíacas, así como en vitaminas A y C.

- ✓ **Maracuyá**, fruta rica en vitamina C, poderoso agente antioxidante que previene la aparición de radicales libres en el organismo. Fortalece el sistema inmunológico y evita el envejecimiento prematuro. Mientras más fresca sea, mucho más nutritivos serán sus efectos.

- ✓ **Estevia**, buena alternativa para incluir en las dietas de adelgazamiento, ya que además de no tener calorías, consigue la dulzura. Usado como una alternativa o sustituto del azúcar, y combinado con ejercicio y una dieta equilibrada, este edulcorante puede ser muy útil para perder o controlar el peso.

- **Necesidades a satisfacer**

Se busca satisfacer la necesidad de consumo de mermeladas con sabor tropical (MANGO-MARACUYA) endulzado con estevia, dando como resultado una alternativa sana para el consumidor, debido a que es un producto natural y bajo en calorías.

- **Opciones de uso**

Se consume en las mañanas, como acompañamiento en el desayuno, y en las noches a la hora de la merienda, igualmente, como acompañamiento.



### 3.4.3. Estrategias de distribución

La estrategia de distribución contribuye a que nuestro producto se traslade desde los fabricantes hasta los consumidores o usuarios finales. Esta labor es llevada a cabo por una serie de agentes que están relacionados entre sí.

En este caso se trabajará con un Bróker, el cual será nuestro intermediario, ya que se va a encargar de captar a los clientes.

Según (PROCOLOMBIA, 2015) para ingresar al mercado de estados unidos con nuestra propia marca se debe hacer mediante un bróker, que es un mediador entre el vendedor y el comprador sin hacer posesión de los bienes, lo que hará el bróker es consolidar información buscar importadores interesados en nuestro producto y este solicitará una cotización, el bróker gana un porcentaje de la venta entre el importador y el exportador y según la compra que hagan las empresas, el porcentaje de comisión será de 5% .

A continuación, se puede observar cómo va a realizarse el proceso de distribución mediante el bróker:



### **3.5 Estrategias de promoción**

Para obtener buenos resultados y hacer que la empresa MERMI S.A.C. sea conocida por el mercado objetivo, se van a emplear los siguientes medios:

- **Ferias internacionales**

Mediante las ferias internacionales vamos a lograr promocionar nuestro producto, contactar a proveedores y consumidores, conocer las tendencias del mercado, nuevos canales de distribución, segmentos del mercado, entre otros. Asimismo, nos va a permitir conocer los productos que ofrecen las empresas competidoras.

La feria de negocios y servicios del sector alimentario y bebidas más grandes de New Jersey es WORLD OF THE LATINO FOOD FESTIVAL AND BEVERAGE, esta se realiza en el Meadowlands Expo Center, cuenta con la participación de los mayores distribuidores de alimentos y bebidas orientados al mercado latino, además de expositores de los EE.UU., Canadá, Puerto Rico, México, Perú, República Dominicana, Panamá y España.

La feria también cuenta con sesiones educativas que incluyen talleres impartidos por la facultad del Centro de Innovación Alimentaria de Rutgers, la FDA, la USDA, y expertos profesionales de la industria. Las sesiones de Rutgers cubrirán las nuevas normas sobre la seguridad relacionada con los alimentos y las tendencias tecnológicas para los alimentos procesados especiales.

La feria se lleva a cabo en agosto, y ofrece la oportunidad para crear contactos, participar en degustaciones de comida de todos los distintos tipos de cocina, vinos y licores latinos, y presenciar presentaciones culturales.

### **3.6 Tamaño de planta. Factores condicionantes.**

MERMI S.A.C no cuenta con planta propia, ya que la planta de producción y envasado le pertenece a uno de sus socios, la cual se encuentra en la Av. La Molina 1711 La Molina–Lima, esta calle está ubicada en la zona industrial del distrito ya mencionado, el cual posee fácil acceso para la entrada y salida del producto, proveedores. La planta tiene el tamaño de 1100 m<sup>2</sup>.

La planta de producción tiene una capacidad de producción de 15 mil kilos, contando con una proyección de 20 contenedores de 40 pies para el 2021.

## 4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

### 4.1. Envases, empaques y embalajes

#### Envase

El envase que se va a emplear es de vidrio, frascos de vidrio de 250 gr de contenido.

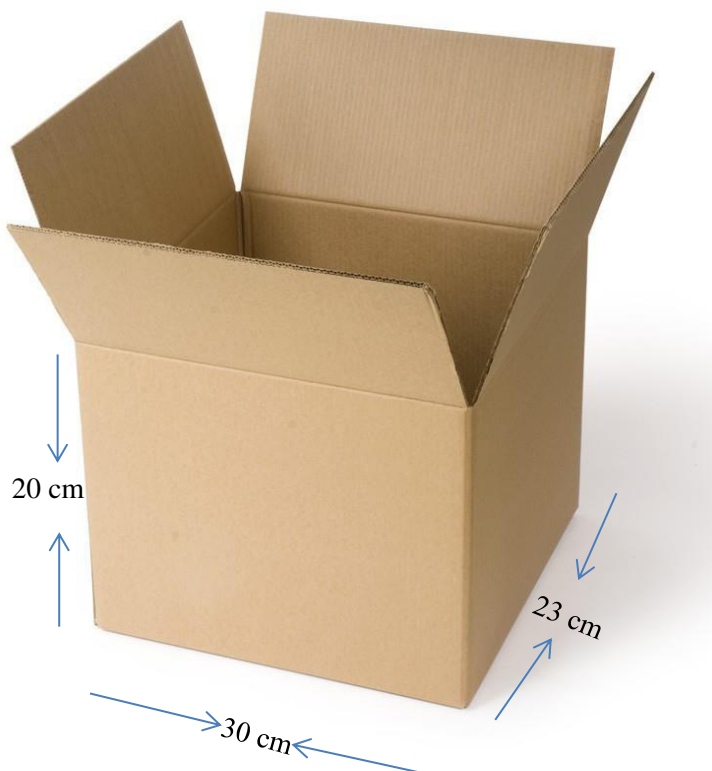
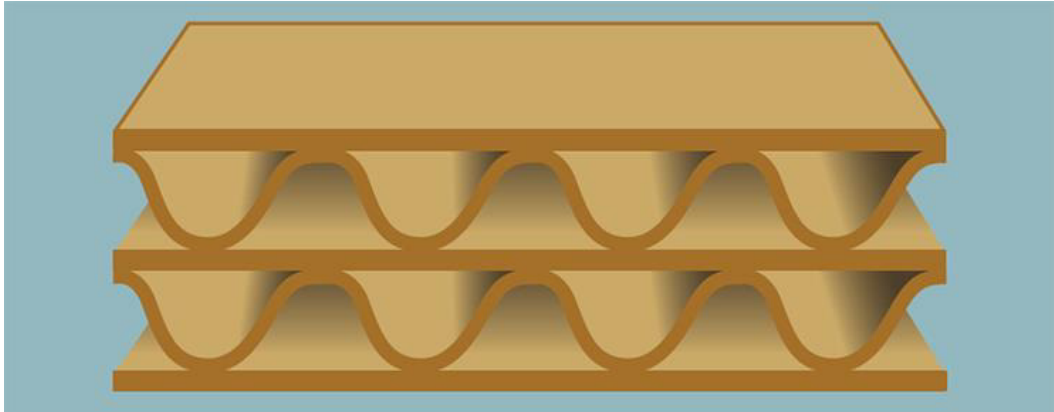


Las descripciones del envase son las siguientes:

- ✓ Capacidad: 250 gr
- ✓ Forma: Baja
- ✓ Color: Vidrio transparente
- ✓ Altura: 9,00 cm (86,40 mm)
- ✓ Diámetro / Ancho: 7,13 cm (71,30 mm)
- ✓ Tapa: Twist-Off 63 mm Con Botón
- ✓ Color de tapa isponible: Dorado

## Embalaje

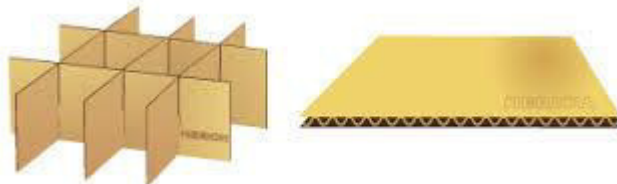
El embalaje del producto será en cajas de cartón doble onda corrugado, ya que debe ser resistente para los frascos de vidrio que se van a exportar:



El embalaje de cartón corrugado, posee los siguientes factores esenciales:

- ✓ Su excelente relación calidad-precio.
- ✓ Su adaptación continúa a las necesidades del mercado, tanto a nivel técnico, como a nivel de las exigencias de marketing.
- ✓ Protección contra impactos, vibraciones, luz, polvo y robo, durante la manipulación, el almacenamiento y la entrega.
- ✓ Su bajo peso: Es un material muy ligero.
- ✓ Sus ventajas medioambientales, sobre todo su ya antigua aptitud para ser reciclado, que lo sitúa en primer lugar de los materiales de embalajes reciclados para el mismo uso.

Adicionalmente, se van a colocar 2 separadores con medidas de 8 cm cada uno, dentro de la caja de cartón, ya que como son frascos de vidrio, esto evitara que se rompan al momento de la manipulación de la carga, asimismo, una división entre los 2 separadores de 1 cm de grosor tal y como se muestra en la siguiente imagen:





## 4.2. Diseño del rotulado y marcado

### 4.2.1. Diseño del rotulado

El diseño del envase lleva de fondo las imágenes de las frutas que se emplearan en el uso de la mermelada de MANGO-MARACUYA, asimismo, el color de las letras del nombre del producto son color anaranjado, el cual es el resultado del color del producto. Toda la etiqueta está en inglés, ya que el mercado objetivo tiene como idioma nativo el inglés.



➤ **Valor Nutricional:**

El valor nutricional se encuentra en la etiqueta del producto, aquí se va a detallar todos los valores nutricionales que posee, según una cantidad específica de consumo.

Factores Nutricionales

Tamaño de porción :1 CDA (17 gr.)

➤ **Ingredientes:**

Debajo del valor nutricional, se van a colocar los ingredientes:

Ingredientes:

- ✓ Maracuyá / Passion fruit
- ✓ Mango/ Mango
- ✓ Estevia/ Stevia
- ✓ Pectina ( E-440)/ Pectin (E-440)
- ✓ Ácido Cítrico (E-330)/ Citric Acid (E-330)
- ✓ CMC (E-466)/ CMC (E-466)
- ✓ Sorbato de Potasio como preservante ( E-202)/ Potassium sorbate as preservative (E-202)

4.2.2. Diseño del mercado

El mercado de la caja estará dado por las siguientes características

- ✓ Nombre de la empresa
- ✓ Descripción del contenido
- ✓ Lugar de procedencia
- ✓ Numeración de cajas
- ✓ Pictogramas
- ✓ Máximo de apilamiento



- ✓ Hacia arriba
- ✓ No usar gancho
- ✓ Frágil
- ✓ Peso neto
- ✓ Peso bruto

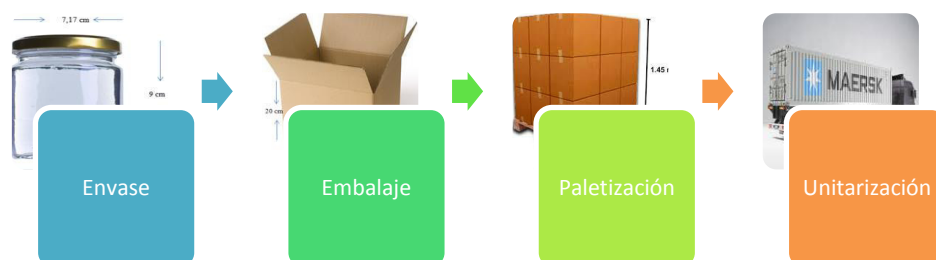


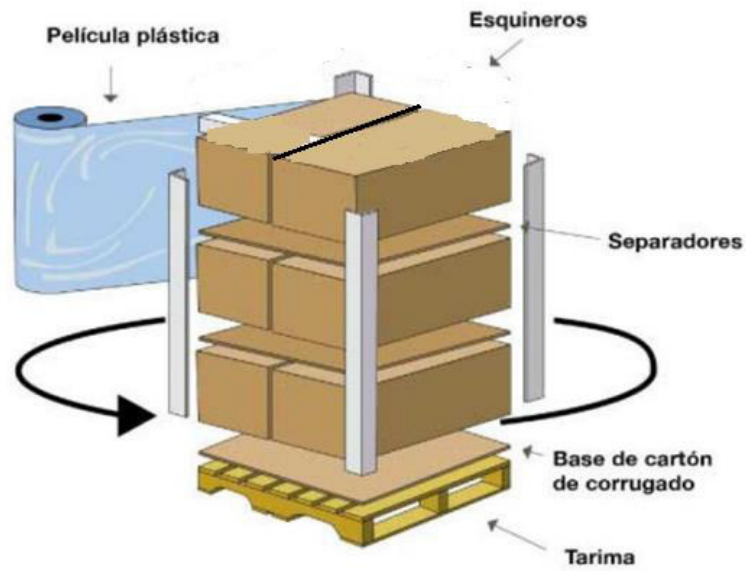
#### 4.3. Unitarización y cubicaje de la carga

La unitarización del producto se va a realizar en pallets americanos de madera con las medidas de 1.00 x 1.20 mts.

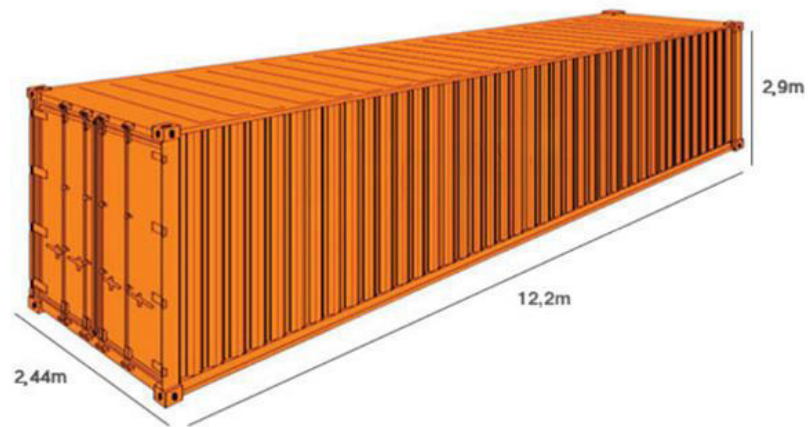
Va a tener las siguientes características:

- ✓ En cada pallet se apilaran las cajas perfectamente colocados y sin que sobresalgan del pallet, cada pallet contiene separadores de cartón que se colocan según el peso máximo de soporte de las cajas que se encuentran en la primera cama de cajas.
- ✓ Cada cama que contiene el pallet está compuesto por 12 cajas, haciendo un total de 72 kg por cama.
- ✓ Cada pallet contendrá un total de 10 camas, sumando un total de 120 cajas.
- ✓ Los accesorios de protección, como su mismo nombre lo dice: son objetos que permiten la conservación de las cajas y su fijación en el pallet cuando se encuentra en tránsito; los accesorios a usar son esquineros, que permite que las cajas no se desalineen; los zunchos, sujetan el consolidado de las camas; laminas, son láminas de cartón que se encuentran ubicadas entre cada cama de cajas, disminuyendo el riesgo a rasgarse y el stretch film, que es un plástico estirable y transparente, con alta densidad y resistencia que se usa para envolver las cajas y darles mayor rigidez.





El tipo de contenedor que se va a emplear es el contenedor high cube de 40' que es un van estándar de 40' con un pie extra en altura. El estándar de 40' tiene una altura de 8.5', luego el high cube de 40' mide 9.5' de alto, esto es un incremento del 13% de su capacidad cúbica interna.



Fuente: <http://www.uniboxcargo.com/tipos-contenedores/>

TABLA 6: MEDIDAS DE LOS CONTENEDORES

MEDIDAS	EXTERNA		INTERNA		PUERTA ABIERTA	
	METROS	PIES	METROS	PIES	METROS	PIES
LARGO	12.2	40'	12.03	39'6"		
ANCHO	2.44	8'	2.34	7'8"	2.33	7'8"
ALTO	2.9	8'11'	2.59	8'6"	2.29	7'6"

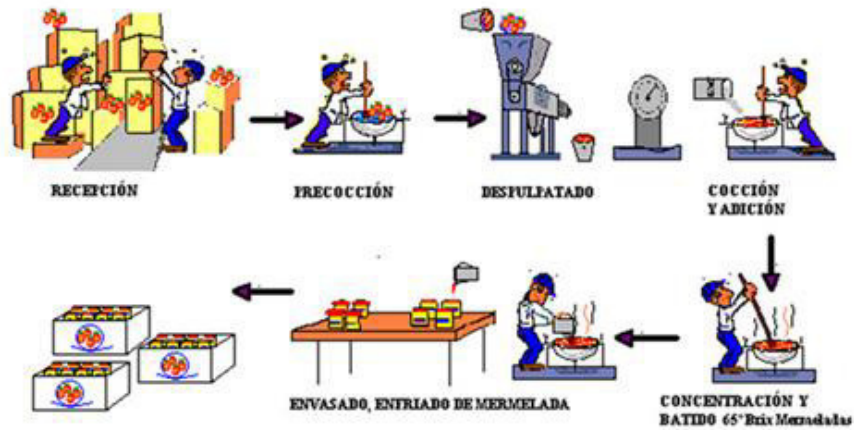
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Una vez que se tiene las medidas del contenedor, se procede a realizar el consolidado de la mercadería en el contenedor, en el cual, va a entrar 20 paletas correctamente ubicadas, como se muestra en la siguiente imagen:

	1.00	1.0	
1.20	1	2	1.2
1.20	3	4	1.2
1.20	5	6	1.2
1.20	7	8	1.2
1.20	9	10	1.2
1.20	11	12	1.2
1.20	13	14	1.2
1.20	15	16	1.2
1.20	17	18	1.2
1.20	19	20	1.2

#### 4.4. Cadena de DFI de exportación.

A continuación, se va a detallar la producción en planta:



1. Recepción de las frutas (Mango y Maracuyá), la estevia, los frascos, cajas.
2. Realizar un lavado de las frutas, y proceder al escaldado en agua hirviendo por tiempo que depende de la madurez de la fruta.
3. Obtener el jugo de la fruta de acuerdo a su morfología, por licuado y filtración. A nivel industrial se usa un equipo denominado despulpador.
4. Luego que se procede el proceso de pre cocción y despulpado del mango y la maracuyá, se pasa a la cocción y adición de estevia, asimismo se añade el ácido cítrico (1-2 g /kg de mermelada) y la pectina previamente pesadas.
5. Continuar la ebullición hasta alcanzar la concentración aproximada de 60° - 67° Brix. Esto puede ser seguido por la prueba de la gota si no se dispone de un brixómetro. Esta consiste, en tener un vaso con agua fría, donde se deja caer una gota caliente de producto, si esta desciende en el interior del agua sin disiparse, formando un bola en el fondo, el punto de mermelada esta alcanzado.

6. Envasar la mermelada caliente (82 - 85°C), con ayuda de una jarra en los frascos esterilizados previamente. Tapar inmediatamente y colocarlos boca abajo para favorecer la esterilización de las tapas.

A continuación, se va a detallar las 5 fuerzas de Porter:



Dentro de las 5 fuerzas de Porter de nuestro producto, encontramos lo siguiente:

### 1. Proveedores

- Vendedores de Mango y Maracuyá
- Vendedores de Estevia
- Frascos de vidrio
- Cajas de cartón

### 2. Sustitutos:

- Mermeladas de otros sabores
- Jaleas
- Manjar blanco

### **3. Clientes:**

-Brokers

-Minimarkets

-Supermercados

### **4. Nuevos competidores:**

-Mermeladas Internacionales

### **5. Competidores Actuales:**

-Mermeladas Nacionales

-Mermeladas Importadas

## **✓ Cadena logística internacional**

### **Operador logístico**

#### **▪ Reserva de nave:**

La cadena logística internacional inicia cuando se contacta con el operador logístico solicitándole itinerario de las naves disponibles para cargar en destino (si el cliente cuenta con un contrato con el agente de carga o naviera en Perú, nuestro operador logístico se comunica con el agente para solicitarle a itinerarios) para solicitar el booking o la reserva de nave. Teniendo ya los itinerarios se cuadra con producción fecha de entrega de producción para solicitar la reserva.

En la reserva debe indicar a donde ingresará el contenedor, directo a puerto o a un almacén Extra portuario.

Con la nave confirmada se contacta con el puerto en la que la nave recalará para confirmar el ingreso del booking.

### ▪ **Transporte local**

El operador logístico contacta con el transportista local y hace las coordinaciones para que llegue a la planta de producción para que cargue en el contenedor.

El contenedor se carga y sale de la planta de producción con una guía de remisión indicando:

- ✓ Nombre del puerto o el almacén extra portuario al que llegará la mercadería (previamente confirmado en el booking)
- ✓ Nombre y datos del transportista
- ✓ Números de precintos y de contendor
- ✓ Descripción de la mercadería cargada.

### ▪ **Agente de aduana**

El contenedor sale de planta con los datos requeridos, aquí el operador logístico hace los trámites de ingreso, pesado del contendor y envía pesos.

Con la factura emitida por MERMI S.A.C. transmite el Bill of lading que le envía la naviera para confirmar datos y emitir, procede con los documentos de liquidación de la DAM ante la Sunat y los procesos correspondientes

El operador logístico confirma la llegada de la nave y el zarpe con el contenedor cargado.

### ▪ **Documentos de exportación**

Con el contenedor cargado se emite la factura comercial (con pesos de aduanas), y se envía al operador logístico para la liquidación de DAM, con la factura se solicita el certificado de origen.



Los documentos se envían al cliente de manera física o virtual como lo solicite. Aquí debe ir:

- ✓ Certificado de origen.
- ✓ DUA.
- ✓ Packing list.
- ✓ Factura comercial.
- ✓ Fotos del llenado de la mercadería en el contenedor.

## 5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

### 5.1. Fijación de precios

#### 5.1.1. Costos y precio

En la siguiente tabla se muestra desglosado los costos en los que se incurrirá en la producción de mermeladas. A continuación, se detallarán los costos que se están tomando en cuenta:

- Insumos, aquí se van a detallar todos los productos que se necesitan para la elaboración de las mermeladas, tales como la maracuyá, el mango, los frascos de vidrio, las cajas de cartón donde se va a colocar el producto final, asimismo, los costos de la maquila y el envasado.
- Costos administrativos, aquí tenemos el salario de nuestros colaboradores y el monto que se le va a pagar al contador, que es un personal tercero.
- Costos de publicidad, se considerarán los costos que incurren en la inversión de ferias, el diseño del material gráfico utilizados en las ferias y las muestras que se enviarán para la degustación de los clientes.
- Costos de suministros, están incluidos los costos del agua, la luz, teléfono, internet, celulares de los trabajadores.
- Costos de exportación, se está basando en la exportación de un contenedor de 40 pies, con una capacidad de carga de 20 pallets.

Los costos de exportación, se está dividiendo en:

- ✓ COSTOS DE EMBALAJE, todos aquellos que son usados para asegurar la carga y esta no se dañe en el traslado desde el punto de carga inicial (planta de producción) hasta el almacén del importador.

La carga se asegurará con:

- ↗ Costo stretch film rollo
  - ↗ Costo de esquinero
  - ↗ Costo de paletas
  - ↗ Costo de separadores
  - ↗ Costo de zunchos
- ✓ CERTIFICADO, aquellos documentos que el cliente necesita para ingresar y nacionalizar su producto en el país de destino.
    - ↗ CERTIFICADO DE ORIGEN
    - ↗ CERTIFICADO DE DIGESA
  - ✓ OPERADOR LOGÍSTICO, empresa que se encarga de la cadena logística, ya que realiza el traslado de la mercadería a puerto, los costos logísticos, de aduanas y todo lo referente para que la mercadería salga del país legalmente.

TABLA 7: COSTOS DE EXPORTACIÓN

OPERACIONES (EGRESOS)			COSTO EN SOLES	COSTOS EN DOLARES
<b>TOTAL DE EGRESOS (OPERACIONES)</b>			<b>S/. 325,893.36</b>	<b>\$ 100,584.37</b>
Insumo	UNIDAD	PRECIO	S/. 307,824.00	\$ 95,007.41
MANGO x CAJA DE 6KG	14400	S/. 3.50	S/. 50,400.00	\$ 15,555.56
MARACUYA x CAJA DE 6KG	14400	S/. 2.50	S/. 36,000.00	\$ 11,111.11
CAJA DE 23x30x20	2400	S/. 4.50	S/. 10,800.00	\$ 3,333.33
MAQUILA+ENVASADO	57600	S/. 1.49	S/. 85,824.00	\$ 26,488.89
ENVASE	2400	S/. 52.00	S/. 124,800.00	\$ 38,518.52
<b>Costos administrativos</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>SUELDO</b>	<b>S/. 5,400.00</b>	<b>\$ 1,666.67</b>
Gerente	1	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	\$ 617.28
Jefe de producción	1	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	\$ 370.37
Jefe de comercialización	1	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	\$ 370.37
Contador	1	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	\$ 308.64
<b>COSTOS DE PUBLICIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>S/. 7,500.00</b>	<b>\$ 2,314.81</b>
Inversión a Ferias	1	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	\$ 1,543.21
Diseño de Material Grafico	1	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	\$ 617.28
Muestras	1	S/. 500.00	S/. 500.00	\$ 154.32
<b>Costo de Suministro</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>S/. 775.00</b>	<b>\$ 239.20</b>
Energía Eléctrica	1	S/. 50.00	S/. 50.00	\$ 15.43
Consumo de Agua	1	S/. 35.00	S/. 35.00	\$ 10.80
Consumo de Teléfono + Internet	1	S/. 90.00	S/. 90.00	\$ 27.78
Móvil RPM	3	S/. 200.00	S/. 600.00	\$ 185.19
<b>Costos de exportación</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>S/. 4,394.36</b>	<b>\$ 1,356.29</b>
COSTO STRECH FILM ROLLO	5	S/. 11.34	S/. 56.70	\$ 17.50
COSTO DE ESQUINERO	20	S/. 11.66	S/. 233.28	\$ 72.00
COSTO DE PALETAS	20	S/. 32.40	S/. 648.00	\$ 200.00
COSTO DE SEPARADORES	20	S/. 1.07	S/. 21.38	\$ 6.60
COSTO DE ZUNCHOS	1	S/. 16.20	S/. 16.20	\$ 5.00
CERTIFICADO DE DIGESA	1	S/. 70.80	S/. 70.80	\$ 21.85
CERTIFICADO FITOSANITARIO	1	S/. 43.20	S/. 43.20	\$ 13.33
OPERADOR LOGISTICO	1	S/. 3,304.80	S/. 3,304.80	\$ 1,020.00

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

## Cotización de Precio

El precio en el mercado mermeladas es asignado según el precio del mercado y sus presentaciones, el precio FOB Callao en el que se venderá es según los siguientes costos y gastos que se presentan para la producción y mantenimiento administrativos más el porcentaje de ganancia.

TABLA 8: COTIZACIÓN DE PRECIOS

<b>PRESUPUESTO DE COSTOS ANUAL</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Costos FIJOS</b>	\$ 26,304.33	\$ 26,304.33	\$ 26,304.33	\$ 26,304.33	\$ 26,304.33
<b>Costos Variables</b>	\$ 484,133.30	\$ 795,647.90	\$ 1,022,789.35	\$ 1,577,414.32	\$ 2,163,347.37
<b>TOTAL</b>	\$ 510,437.63	\$ 821,952.23	\$ 1,049,093.69	\$ 1,603,718.65	\$ 2,189,651.70
<b>UNIDADES</b>	288,000.00	460,800.00	576,000.00	864,000.00	1,152,000.00
<b>COSTO UNITARIO</b>	\$ 0.56	\$ 0.56	\$ 0.55	\$ 0.54	\$ 0.53
<b>GANANCIA 25%</b>	\$ 127,609.41	\$ 205,488.06	\$ 262,273.42	\$ 400,929.66	\$ 547,412.93
<b>TOTAL DE VENTA</b>	\$ 638,047.04	\$ 1,027,440.29	\$ 1,311,367.11	\$ 2,004,648.32	\$ 2,737,064.63
<b>PRECIO DE VENTA</b>	\$ 2.22	\$ 2.23	\$ 2.28	\$ 2.32	\$ 2.38

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

El precio de venta unitario del primer año se determinó sobre una utilidad del 25% sobre el valor del costo unitario, los siguientes años se determinó un alza de precio de un 2.9% por la inflación anual esperada, el porcentaje de ganancia ha aumentado sobre el costo unitario, ya que cada año los costos unitarios disminuyen.

### 5.1.2. Cotización Internacional

A continuación, se muestra la plantilla de la cotización que se le enviará a nuestros clientes en Paterson, los cuales deberán ser correctamente llenados, con los datos de los clientes, la cantidad de contenedores que desean, la fecha y el precio acordado.



## 5.2. Contrato de compra venta internacional y sus documentos

Según SIICEX (2017), el contrato de compraventa internacional, es aquella modalidad contractual, que permite a una persona natural o jurídica de un determinado país, comprar mercaderías a otra persona jurídica o natural de distinta nacionalidad, a cambio de un precio convenido.

Los elementos que conforman un contrato de compra venta internacional, son los siguientes:

- ↪ Objeto del contrato.
- ↪ Identificación de las mercancías, cantidades y calidades.
- ↪ Precio de las mercancías.
- ↪ Forma de envío de las mercancías.
- ↪ Momento y forma de pago.
- ↪ Entrega de las mercancías.
- ↪ Entrega de los documentos.
- ↪ Certificación del producto.
- ↪ Obligaciones de las partes.
- ↪ Patentes y marcas.
- ↪ Vigencia del contrato.
- ↪ Legislación aplicable.
- ↪ Sometimiento a arbitraje.
- ↪ Firma del contrato.

A continuación, se muestra el modelo de contrato de Compra y Venta Internacional, así también el contrato que se llevará a cabo con el Bróker:



## CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: MERMI S.A.C. , empresa constituida bajo las leyes de la República del Perú, debidamente representada por su representante legal Centeno Valdivia Rossmary , con Documento de Identidad N° 71140121 , domiciliado en su Oficina principal ubicado en Calle Emilio Fort 175 urb. Los Ficus – Santa Anita, a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte ..... S.A., inscrito en la Partida N° ..... Del Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral N° ....., debidamente representado por su Gerente General don ....., identificado con DNI N° ..... Y señalando domicilio el ubicado en Calle ....., N° ....., Urbanización ....., distrito de ....., provincia y departamento de ....., República del Perú, a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

### GENERALIDADES

#### CLAUSULA PRIMERA:

1.1. Las presentes Condiciones Generales se acuerdan en la medida de ser aplicadas conjuntamente como parte de un Contrato de Compraventa Internacional entre las dos partes aquí nominadas.

En caso de discrepancia entre las presentes Condiciones Generales y cualquier otra condición Específica que se acuerde por las partes en el futuro, prevalecerán las condiciones específicas.

1.2. Cualquier situación en relación con este contrato que no haya sido expresa o implícitamente acordada en su contenido, deberá ser gobernada por:

a) La Convención de las Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Productos (Convención de Viena de 1980, en adelante referida como CISG, por sus siglas en Ingles ) y,

b) En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.

1.3. Cualquier referencia que se haga a términos del comercio (Como FOB, CIF, EXW, FCA, etc.) estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.

1.4. Cualquier referencia que se haga a la publicación de la Cámara de Comercio Internacional, se entenderá como hecha a su versión actual al momento de la conclusión del contrato.

1.5. Ninguna modificación hecha a este contrato se considerará valida sin el acuerdo por escrito entre las Partes.

## CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

### CLAUSULA SEGUNDA:

2.1. Es acordado por las Partes que EL VENDEDOR venderá los siguientes productos: mermelada de mango – maracuyá edulcorado con estevia, y EL COMPRADOR pagará el precio de dichos productos de conformidad con la cláusula cuarta.

2.2. También es acordado que cualquier información relativa a los productos descritos anteriormente referente al uso, peso, dimensiones, ilustraciones, no tendrán efectos como parte del contrato a menos que esté debidamente mencionado en el contrato.

### PLAZO DE ENTREGA

#### CLAUSULA TERCERA:

EL VENDEDOR se compromete a realizar la entrega de periodo de 30 días luego de recibidas las órdenes de compra debidamente firmadas por el comprador.

### PRECIO

#### CLAUSULA CUARTA:

Las Partes acuerdan el precio de \$2.22 por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador.

A menos que se mencione de otra forma por escrito, los precios no incluyen impuestos, aranceles, costos de transporte o cualquier otro impuesto.

El precio ofrecido con mayor frecuencia es sobre la base del Incoterms FOB (“Free on Board”) si el envío se hará por vía marítima, o FCA (“Free Carrier”, transportación principal sin pagar) si se hará con otra modalidad de transporte.

### CONDICIONES DE PAGO

#### CLAUSULA QUINTA:

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por EL COMPRADOR a El VENDEDOR deberá realizarse por pago adelantado equivalente al

CINCUENTA PORCIENTO (50 %) de la cantidad debitada precio al embarque de los productos, y el restante CINCUENTA PORCIENTO (50 %) después de 5 días de recibidos los productos por parte del comprador.

Las cantidades adeudadas serán acreditadas, salvo otra condición acordada, por medio de transferencia electrónica a la cuenta del Banco del Vendedor en su país de origen, y EL COMPRADOR considerara haber cumplido con sus obligaciones de pago cuando las sumas adecuadas hayan sido recibidas por el Banco de EL VENDEDOR y este tenga acceso inmediato a dichos fondos.

#### INTERÉS EN CASO DE PAGO RETRASADO

##### CLAUSULA SEXTA:

Si una de las Partes no paga las sumas de dinero en la fecha acordada, la otra Parte tendrá derecho a intereses sobre la suma por el tiempo que debió ocurrir el pago y el tiempo en que efectivamente se pague, equivalente al UNO POR CIENTO (1 %) por cada día de retraso, hasta un máximo por cargo de retraso de QUINCE PORCIENTO (15 %) del total de este contrato.

#### RETENCIÓN DE DOCUMENTOS

##### CLAUSULA SÉPTIMA:

Las Partes han acordado que los productos deberán mantenerse como propiedad de EL VENDEDOR hasta que se haya completado el pago del precio por parte de EL COMPRADOR.

## TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

### CLAUSULA OCTAVA:

*Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS acordado.*

*Señalando con detalle algunos aspectos que se deba dejar claro, o que decida enfatizar.*

*Por ejemplo, si se opta por las condiciones de entrega en la fábrica, EXW, es conveniente aclarar que el costo y la responsabilidad de cargar la mercancía al vehículo, corresponde al comprador.*

*Hay que recordar que una operación adicional, involucra no solo costos, como el pago a cargadores, si no también conlleva un riesgo intrínseco en caso de daño de la mercadería durante el proceso de carga.*

*Aunque las condiciones de INCOTERMS son claras, es recomendable discutir y aclarar estos detalles, ya que puede haber desconocimiento de una de las partes.*

## RETRASO DE ENVIOS

### CLAUSULA NOVENA:

EL COMPRADOR tendrá derecho a reclamar a EL VENDEDOR el pago de daños equivalente al 0,5 % del precio de los productos por cada semana de retraso, a menos que se comuniquen las causas de fuerza mayor por parte del EL VENDEDOR a EL COMPRADOR.

## INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS

### CLAUSULA DÉCIMA:

EL COMPRADOR examinará los productos tan pronto como le sea posible luego de llegados a su destino y deberá notificar por escrito a EL VENDEDOR cualquier inconformidad con los productos dentro de 15 días desde la fecha en que EL COMPRADOR descubra dicha inconformidad y deberá probar a EL VENDEDOR que dicha inconformidad con los productos es la sola responsabilidad de EL VENDEDOR.

En cualquier caso, EL COMPRADOR no recibirá ninguna compensación por dicha inconformidad, si falla en comunicar al EL VENDEDOR dicha situación dentro de los 45 días contados desde el día de llegada de los productos al destino acordado.

Los productos se recibirán de conformidad con el Contrato a pesar de discrepancias menores que sean usuales en el comercio del producto en particular.

Si dicha inconformidad es notificada por EL COMPRADOR, EL VENDEDOR deberá tener las siguientes opciones:

a). Reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún costo adicional para el comprador; o.

b). Reintegrar a EL COMPRADOR el precio pagado por los productos sujetos a inconformidad.

## COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES

### CLAUSULA DÉCIMO PRIMERA:

EL COMPRADOR deberá informar inmediatamente a EL VENDEDOR de cualquier reclamo realizado contra EL COMPRADOR de parte de los clientes o de terceras partes en relación con los productos enviados o sobre los derechos de propiedad intelectual relacionado con estos.

EL VENDEDOR deberá informar inmediatamente a EL COMPRADOR de cualquier reclamo que pueda involucrar la responsabilidad de los productos por parte de EL COMPRADOR.

## CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR

### CLAUSULA DÉCIMO SEGUNDA:

No se aplicará ningún cargo por terminación ni a EL VENDEDOR ni a EL COMPRADOR, ni tampoco ninguna de las partes será responsable, si el presente acuerdo se ve forzado a cancelarse debido a circunstancias que razonablemente se consideren fuera de control de una de las partes.

La parte afectada por tales circunstancias deberá notificar inmediatamente a la otra parte.

## RESOLUCIÓN DE CONTROVERCIAS

### CLAUSULA DÉCIMO TERCERA:

A menos que se estipule de otra forma por escrito, todas las disputas surgidas en conexión con el presente contrato deberá ser finalmente resueltas por la ley de ..... y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes de ....., a las cuales las partes por este medio nominan excepto que una parte deseara buscar un procedimiento arbitral en concordancia con las reglas de arbitraje de ..... por uno o más árbitros nombrados de conformidad con dichas reglas.

## ENCABEZADOS

### CLAUSULA DÉCIMO CUARTA:

Los encabezados que contiene este acuerdo se usan solamente como referencia y no deberán afectar la interpretación del mismo.

## NOTIFICACIONES

### CLAUSULA DÉCIMO QUINTA:

Todas las notificaciones realizadas en base al presente acuerdo deberán constar por escrito y ser debidamente entregadas por correo certificado, con acuse de recibo, a la dirección de la otra parte mencionada anteriormente o a cualquier otra dirección que la parte haya, de igual forma, designado por escrito a la otra parte.



ACUERDO INTEGRAL

CLAUSULA DÉCIMO SEXTA:

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

No deberá realizarse cambios o modificaciones de cualquiera de los términos de este contrato a menos que sea modificado por escrito y firmado por ambas Partes.

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de ....., a los ..... Días del mes de ..... 2017.

.....

EL VENDEDOR

.....

EL COMPRADOR

## CONTRATO DE AGENTE INTERMEDIARIO

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: MERMI S.A.C. , empresa constituida bajo las leyes de la República del Perú, debidamente representada por su representante legal Centeno Valdivia Rossmary , con Documento de Identidad N° 71140121 , domiciliado en su Oficina principal ubicado en Calle Emilio Fort 175 urb. Los Ficus – Santa Anita, a quien en adelante se denominará EL VENDEDOR y, de otra parte ..... S.A., inscrito en la Partida N° ..... Del Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral N° ....., debidamente representado por su Gerente General don ....., identificado con DNI N° ..... Y señalando domicilio el ubicado en Calle ....., N° ....., Urbanización ....., distrito de ....., provincia y departamento de ....., República del Perú, a quien en adelante se denominará EL AGENTE, que acuerdan en los siguientes términos:

### DECLARATORIA

#### CLAUSULA PRIMERA:

EL PRINCIPAL desea encomendar al EL AGENTE la promoción de sus productos y actuar como representante de las cuentas de EL PRINCIPAL en el territorio asignado en este documento y no realizará representaciones, garantías o compromisos en que se obligue a EL PRINCIPAL sin el consentimiento previo y por escrito de EL PRINCIPAL, todo de conformidad con las condiciones de este contrato.

## DEFINICIONES

### CLAUSULA SEGUNDA:

En el presente contrato, las siguientes palabras tendrá el significado siguiente:

**COMISIONES:** Compensación pagada por EL PRINCIPAL a EL AGENTE en base al volumen de productos vendidos por EL AGENTE en el territorio asignado.

**DIA DE INICIO:** El día en que este contrato sea firmado como valido se entenderá que será válido para ambas partes.

**VALOR NETO DE LA VENTAS:** El precio de la factura de los productos vendidos por EL AGENTE incluido cualquier tipo de deducción realizada.

**PARTES:** EL PRINCIPAL y EL AGENTE

**PRODUCTOS:** Los productos descrito en la lista A (en caso de ser aplicable)

**TERRITORIO:** El territorio asignado es la de EL AGENTE para realizar la distribución

### DIA DE INICIO

### CLAUSULA TERCERA:

Tanto EL PRINCIPAL como EL AGENTE acuerdan que el presente documento entrará en vigencia el día de inicio, y será válido por un periodo de un (1) año calendario, de 02 de Enero, 2017 al 02 de Enero del 2018.

Este contrato no podrá reducirse sin el consentimiento expreso por escrito de ambas partes.

En caso, la comunicación se deberá de realizar (90) Noventa días antes de la fecha de terminación adelantada.

## TERRITORIO

### CLAUSULA CUARTA:

El territorio asignado para la ejecución del contrato será en el estado de New Jersey, ciudad de Paterson.

## NATURALEZA DE LA RELACION

### CLAUSULA QUINTA:

EL AGENTE actuará como un contratista independiente y será responsable de pagar toda la Seguridad Social aplicable, así como la retención de impuesto de ley de sus empleados.

## COMISIÓN

### CLAUSULA SEXTA:

EL PRINCIPAL acuerda pagar a EL AGENTE, como compensación por sus servicios, una comisión del 15% sobre el valor neto facturado de las ventas realizadas a los contratos y clientes que EL AGENTE provea a EL PRINCIPAL de acuerdo con este contrato.

El porcentaje de la comisión mencionada en este párrafo no podrá ser modificada a menos que se acuerden mutuamente por escrito.

EL PRINCIPAL no hará deducciones de costos o gastos promocionales del valor neto facturado.

## ORIGEN DE LA COMISIÓN

### CLAUSULA SÉPTIMA:

EL AGENTE recibirá su comisión en base a los embarques enviados a los contratos y clientes hechos de conformidad con este contrato.

Las comisiones serán pagadas en base a las ordenes originadas por los clientes que hayan sido contratados por las gestiones realizadas por EL AGENTE, y bajo ninguna circunstancia EL AGENTE recibirá Comisiones de parte de EL PRINCIPAL por aquellas ordenes de clientes que directamente gestione con EL PRINCIPAL y sin la asistencia prestada por EL AGENTE para recibir dichas órdenes.

## MATERIALES PROMOCIONALES

### CLAUSULA OCTAVA:

EL PRINCIPAL proporcionara a EL AGENTE, sin ningún cargo adicional, todo el material promocional necesario, volantes de propaganda, y cualquier otro material para que haga la promoción de negocios.

Dichos materiales serán proporcionados bajo el plan financiero de EL PRINCIPAL y bajo el solo criterio de EL PRINCIPAL y EL AGENTE no hará ningún reclamo sobre ese punto bajo ninguna circunstancia.

## PRECIOS DE LOS PRODUCTOS

### CLAUSULA NOVENA:

EL PRINCIPAL proveerá una lista de precios que EL AGENTE deberá promocionar entre los posibles compradores en el mercado de EL AGENTE y tendrá todo el derecho de determinar y cambiar el precio de los productos.

EL PRINCIPAL tendrá además el derecho de agregar como productos al listado o de borrarlos.

Los precios se entenderán bajo el Incoterm “ Free on Board ”, FOB.

## REGISTROS E INFORME

### CLAUSULA DÉCIMA:

EL DISTRIBUIDOR deberá guardar en su lugar de negocios los registros detallados y actualizados en las cuentas que demuestren la cantidad, la descripción y el valor de los productos vendidos de los contactos y clientes de que se trata en este documento, y tener la capacidad de calcular las comisiones descritas en este contrato, cuando sea solicitado por EL AGENTE y bajo la sola discreción de EL PRINCIPAL.

EL PRINCIPAL, requerirá información en el territorio asignado.

EL PRINCIPAL tendrá el derecho de solicitar un registro de los contratos y clientes gestionado por EL AGENTE en las mismas condiciones antes expresadas.

## BALANCE DE LA TERMINACION

### CLAUSULA DÉCIMO PRIMERA:

Al finalizar el presente contrato, un balance final será acordado entre las partes.

EL PRINCIPAL deberá mantener un archivo fiable de los libros y registros sobre las comisiones debitadas a EL AGENTE a la terminación de este contrato y se cancelarán todas las comisiones a EL AGENTE sobre todas las órdenes procesadas y aceptadas a la fecha de terminación, aunque dichas órdenes sean procesadas después de la fecha de terminación.

### TERMINACIÓN

### CLAUSULA DÉCIMO SEGUNDA:

EL PRINCIPAL tendrá el derecho a terminar el presente contrato, sin responsabilidad alguna, en cualquier momento dando una notificación previa por escrito de 90 días a EL AGENTE, en los casos siguientes:

A) En caso de pobre desempeño de parte de EL AGENTE en sus obligación de obtener órdenes y pedidos de los productos de EL PRINCIPAL;

B) Uso indebido de los productos de EL PRINCIPAL, sus marcas y nombres comerciales;

C) Si EL AGENTE se vuelve insolvente, o si llega a dar una orden o resolución judicial en contra de EL AGENTE en relación a sus acreedores, o si sufre de alguna acción análoga derivada de alguna deuda;

D) Si EL AGENTE no provee suficiente información cuando se la solicite EL PRINCIPAL de conformidad con este documento.

#### CASO FORTUITO O FUERZA MAYOR

#### CLAUSULA DÉCIMO TERCERA:

No se aplicará ningún cargo por terminación ni a EL PRINCIPAL ni a EL AGENTE, ni tampoco ninguna de las partes será responsable, si el presente acuerdo se ve forzado a cancelarse debido a circunstancias que razonablemente se consideren fuera de control de una de las partes.

La parte afectada por tales circunstancias deberá notificar inmediatamente a la otra parte.

#### CONFIDENCIALIDAD

#### CLAUSULA DÉCIMO CUARTA:

Cada una de las partes mantendrá la confidencialidad de cualquier información proporcionada, directa o indirectamente, por la otra parte, incluidos los Secretos Comerciales.

Adicionalmente, durante la vigencia de este contrato y por un periodo de un (1) año después del término, ninguna de las partes contratará o utilizará los servicios de ninguno de las partes.

Ambas Partes acuerdan que la pérdida de dichos empleados representara un daño irreparable y le otorga el derecho de parte dañada a buscar compensación por daños ante una corte o a acudir a otro medio jurisdiccional para hacer valer sus derechos.



## DERECHOS SOBRE MARCAS

### CLAUSULA DÉCIMO QUINTA:

El uso de marcas, logos y cualquier otro medio distintos es de exclusiva propiedad del EL PRINCIPAL.

Ni EL AGENTE ni ninguno de sus representantes o subsidiarias buscará registrar la marca, logos o medios distintivo mencionado anteriormente.

EL AGENTE se compromete a preservar el buen nombre y a hacer buen uso de las marcas protegidas bajo este contrato y no buscará ningún derecho o indemnización por el uso de la propiedad de dichas marcas.

## JURISDICCION Y LEY APLICABLE

### CLAUSULA DÉCIMO SEXTA:

La validez, realización y aplicación de presente acuerdo deberá regirse por la ley de ..... y estará sujeta a la exclusiva jurisdicción de las cortes de ....., a las cuales las partes por este medio nominan excepto que una parte deseara buscar un procedimiento arbitral en concordancia con las reglas de arbitraje de .....

## CLAUSULA SIN VALOR

### CLAUSULA DÉCIMO SETIMA:

Si alguna cláusula o disposiciones de este acuerdo se considera inválida o sin aplicación, el resto del contrato no será afectado por tal condición y cada una de las partes así como el contenido del contrato serán válidos y legales de conformidad a Ley.

## RENUNCIA

### CLAUSULA DÉCIMO OCTAVA:

Cualquier fallo realizado por cualquiera de las partes para la aplicación en cualquier momento de este no constituirá una renuncia de ninguna de las partes al presente contrato.

## NO AGENCIA

### CLAUSULA DÉCIMO NOVENA:

Ninguna de las partes actuará o se presentará como AGENTES en representación de la otra parte, ni tendrá derecho a hacer representaciones o a realizar compromisos en nombre y presentación de la otra parte.

## ENCABEZADOS

### CLAUSULA VIGÉSIMA:

Los encabezados que contiene este acuerdo se usan solamente como referencia y no deberán afectar la interpretación del mismo.

## NOTIFICACIONES

### CLAUSULA VIGÉSIMO PRIMERA:

Todas las notificaciones realizadas en base al presente acuerdo deberán constar por escrito y ser debidamente entregadas por correo certificado, con acuse de recibo, a la dirección de la otra parte mencionada anteriormente o a cualquier otra dirección que la parte haya de igual forma designado por escrito a la otra parte.

ACUERDO INTEGRAL

CLAUSULA VIGÉSIMO SEGUNDA:

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

No deberá realizarse cambios o modificaciones de cualquiera de los términos de este contrato a menos que sea modificado por escrito y firmado por ambas partes.

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de ....., a los ..... días del mes de ..... 2017.

.....

.....

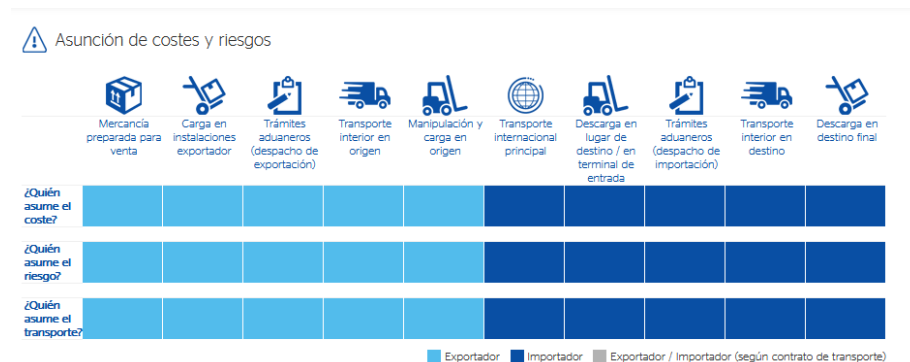
EL PRINCIPAL

EL AGENTE

### 5.3. Elección y aplicación del Incoterm

El Incoterm que mejor se adapta a nuestras necesidades, es el Incoterm FOB, el cual posee las siguientes las siguientes características

BBVA (2017) El exportador entregará la mercancía a bordo del buque designado por el importador, en el puerto de embarque convenido (en la forma habitual en dicho puerto).



Las responsabilidades tanto del exportador como del importador según el portal del BBVA (2017), son las siguientes:

<p><b>Es responsabilidad del exportador</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Entregar la mercancía y la factura comercial de acuerdo con el contrato de compraventa.</li> <li>Obtener las licencias / autorizaciones necesarias para exportar, si procede.</li> <li>Verificar, embalar, marcar y realizar las inspecciones pre-embarque de la mercancía que resulten obligatorias en su país (del exportador).</li> <li>Realizar los trámites aduaneros para exportar, si procede.</li> <li>Poder contratar el transporte, por cuenta y riesgo del importador, si éste lo solicita o si responde a la práctica comercial habitual. Aunque el exportador puede negarse a formalizar ese contrato de transporte, avisando de ello al importador.</li> <li>Suministrar información, por cuenta y riesgo del importador, para que éste contrate el seguro.</li> <li>Avisar al importador, por cuenta y riesgo de éste, de que la mercancía ha sido entregada, o de que el buque no ha podido recogerla en la fecha prevista.</li> <li>Suministrar el justificante habitual de entrega de la mercancía.</li> <li>Prestar apoyo al importador para la obtención del documento de transporte, así como suministrar la información necesaria para la importación y transporte de la mercancía hasta el destino final; todo ello por cuenta y riesgo del importador.</li> </ul>	<p><b>Es responsabilidad del importador</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pagar el precio establecido en el contrato de compraventa.</li> <li>Obtener, si procede y así lo estima oportuno, las licencias de importación u otras autorizaciones necesarias, y llevar a cabo las formalidades aduaneras para la importación y transporte de la mercancía. Y pagar las inspecciones pre-embarque obligatorias, salvo cuando la obligatoriedad es establecida por las autoridades del país del exportador.</li> <li>Contratar el transporte de la mercancía desde el puerto de embarque designado.</li> <li>Comunicar al exportador, con tiempo suficiente, el nombre del buque, el punto de carga y, si resulta necesario, el momento en el que ha de entregar la mercancía.</li> <li>Ayudar, de forma oportuna, al exportador (a petición y por cuenta de éste) para que obtenga la información y documentos necesarios para el transporte y exportación de la mercancía.</li> <li>Aceptar el justificante de entrega de la mercancía suministrado por el exportador.</li> <li>Recepción de la mercancía cuando se produzca la entrega.</li> <li>Avisar, oportunamente, al exportador sobre los requisitos de información pertinentes, de cara a que aquel (exportador) pueda suministrarle la documentación e información necesaria para la importación y desplazamiento de la mercancía hasta destino. Los correspondientes costes en que incurra el exportador serán reembolsados por el importador.</li> </ul>
--	--

#### **5.4. Determinación del medio de pago y cobro**

El medio de pago que se va a emplear es el siguiente, el cliente deberá pagar el 50% de adelanto del producto, una vez que se tenga la cantidad, precio y fecha establecida de entrega del producto, asimismo, posterior a la entrega de la mercadería, el cliente tiene un plazo no mayor a 7 días para realizar la cancelación del 50% faltante.

Cabe resaltar, que el bróker tendrá una comisión del 15%, dicho monto será cobrando una vez el cliente haya cancelado en su totalidad, la mercadería.

Todo abono se realizará por medio de transferencias bancarias, en las cuales el cliente deberá asumir los costos adicionales en dichas transferencias.

#### **5.5. Elección del régimen de exportación**

MERMI S.A.C con su producto de mermeladas de Mango-Maracuyá edulcorado con estevia, usará para la comercialización de su producto al mercado de estados unidos el régimen Exportación definitiva, bajo la base legal del Decreto Legislativo N° 1053 publicado el 27.6.2008

A este régimen se acogen toda aquella mercadería nacionales o nacionalizadas que saldrá del territorio aduanero peruano para para su uso o consumo definitivo en el exterior, en este régimen también se encuentran los despachos de exportación definitiva efectuados por intermediarios comerciales que tengan carácter de comisionista como los bróker, siempre que sean destinados al uso o consumo definitivo fuera del territorio.

#### **5.6. Gestión aduanera del comercio internacional**

Respecto a la gestión aduanera, al acogerse al régimen de exportación definitiva, se tienen que presentar los siguientes documentos: DUA, BL,PACKING LIST,INVOICE, etc. Para pasar por los procesos de aduanas.



Este flujograma es el de la exportación definitiva, a la cual la empresa MERMI S.A.C. se está acogiendo.

En el caso de nuestro flujograma, constaría de 4 áreas principales que desarrolla la exportación de mermelada de mango maracuyá.

✓ **COMERCIAL**

➤ **Acuerdo con el cliente:** cuando se cierra el acuerdo con el cliente y se firma el contrato de compra venta

➤ **Pedido internacional:**

▪ **Solicitud de producción:** se realiza la solicitud a la planta de producción la elaboración del pedido y emiten la confirmación para cuando se tendrá listo el pedido

• **Confirmación de producción:** después de haber confirmado el cliente el pedido se confirma con la planta de producción el pedido del cliente y esta confirma la producción y la fecha de inicio

• **Inicio de producción:** la producción inicia midiendo los parámetros de calidad e inocuidad.

• **Confirmación de fin de producción:** se confirma la fecha de fin de producción para confirmar al cliente

▪ **Cotización internacional:** paralelo a la solicitud de producción se envía la cotización al cliente donde se colocan todas las condiciones en la que se trabajará el pedido, datos del consignatario, notificante, fecha de entrega en el almacén listo para cargar, Incoterm, condición de pago, cantidad, descripción de la mercadería, precio, cantidad, entre otros.

• **Confirmación del pedido:** el cliente confirma el pedido, dando su aprobación para trabajar con los términos de la cotización

### **Puntos críticos**

En el área comercial los puntos críticos será la fecha de producto listo para embarque que se le presente al cliente, ya que puede que el tiempo sea muy extenso y solicite la mercadería con un tiempo más corto.

### **Plan de contingencia:**

- El primero sería, coordinar con la fábrica para coordinar turnos de producción extra, teniendo hasta que extender 1 turno de producción (TURNO NOCHE).
- Trabajar con diferentes plantas de producción que procesen el producto y así cumplir con la fecha de producción solicitada

### ✓ **PRODUCCIÓN**

➤ **Compra de insumos:** Se emite las órdenes de compra para la adquisición de los insumos primarios y básicos que son el mango, la maracuyá, la estevia, los demás insumos lo adquiere la planta de producción.

▪ **Traslado a fábrica procesadora:** los insumos comprados son trasladados a la fábrica procesadora para inicio de producción.

• **Producción:** Se inicia la producción con la orden de fabricación ya confirmada y luego se procede al pre cocción y despulpado del mango y la maracuyá, para así pasar a la cocción y adición de estevia. La concentración y batido 65° Brix mermeladas, posteriormente se procede al enfriado para seguir con el envasado y el almacenaje.

◆ **Envasado y embalado:** Los envases y embalaje como colocar el producto en frascos, cajas de 24 frascos.

### ✓ **Puntos críticos**

Compra de insumos certificados para exportación, incremento del precio de los insumos cuando la cantidad solicitada sea menor a lo acordada.



✓ **Plan de contingencia:**

El fabricante nos brinda tarifas adicionales cuando los insumos lo aportan en su totalidad, los costos se incrementan, pero no tanto como si se comprará al acopiador o al fundo.

✓ **CADENA LOGÍSTICA INTERNACIONAL**

➤ **Solicitud de booking:** Después de haber confirmado la fecha real del fin de la producción al cliente, este nos envía los datos del agente de carga o aduanas con el que trabajará; para solicitar el booking de la nave más próxima que sea la ideal según nuestro tiempo de logística interna.

▪ **Solicitud de carga:** Con el booking confirmado ya habiendo pagado el registro del booking en el puerto, se coordina la carga del pedido en el contenedor si se enviará full, o de las paletas si se enviará en contenedor consolidado.

• **Transporte Santa Anita – Callao:** se gestiona el transporte interno nacional para que recojan en planta de lima hacia el puerto del Callao

◆ **Ingreso a puerto o Almacén extra portuario:** según la fecha de carga del material y el traslado a Lima con la fecha de ingreso de la nave al puerto se solicitaría ingresar la mercadería a un almacén extra portuario o al almacén del puerto directamente.

**Puntos críticos**

Aumento en el flete del transporte interno o sobrecostos por ingreso a un almacén extra portuario.

**Plan de contingencia:**

Transporte interno, negociar una tarifa de fletes según la cantidad transportada.

Ingreso a un almacén portuario o extra portuario, aquí se debe de confirmar con anticipación los días libres en puerto para ingreso directo, de no estar en los plazos de días libres negociar ingreso a un almacén extra portuario, ya que los sobrecostos en puerto sin tener los días libres son más altos.

## ✓ ADUANAS

La elección del agente de aduanas para que realice todo el trámite de la numeración de DAM y de los pasos de la exportación definitiva.

- **Registro de booking al puerto:** El agente de aduanas solicita al puerto confirmar el número de booking para que este sea ingresado al sistema según al puerto que se ingresará la carga se realiza el pago al puerto, sin dicha confirmación no se puede ingresar al puerto.

- **Pago de agente:** El pago al agente se realiza según la modalidad en la que se negoció.

- ◆ **Registro de DAM:** El agente numera la DAM y liquida la exportación, dando fin a la exportación.

- **Confirmación de salida de nave:** Cuando se confirma la salida de la nave, se envía los documentos al cliente según su condición de pago.

## 6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

### 6.1. Inversión Fija

#### 6.1.1. Activos tangibles

Los activos tangibles que tendrá la empresa MERMI S.A.C., serán respecto a la cantidad de trabajadores que laboran en la empresa, en este caso se tiene solo 3 trabajadores los cuales son: Gerente General, Jefe de producción y Jefe de Comercialización.

Tabla 9: ACTIVOS TANGIBLES (EXPRESADOS EN SOLES)

ACTIVOS TANGIBLES	UNIDADES	COSTOS UNITARIOS	TOTAL
Laptop	3	S/. 1,800.00	S/. 5,400.00
Impresora	1	S/. 200.00	S/. 200.00
Escritorios	3	S/. 150.00	S/. 450.00
Archivador	1	S/. 90.00	S/. 90.00
Mueble de Impresora	1	S/. 50.00	S/. 50.00
Sillas	3	S/. 80.00	S/. 240.00
Teléfonos móviles	3	S/. 200.00	S/. 600.00
Oficinas Administrativas	1	S/. 800.00	S/. 800.00
<b>TOTAL ACTIVOS TANGIBLES</b>			<b>S/. 7,830.00</b>

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

#### 6.1.2. Activos intangibles

Respecto a los activos intangibles, estos son recursos inmateriales que posee la empresa, como los siguientes:

Tabla 10: ACTIVOS INTANGIBLES ( EXPRESADOS EN SOLES)

ACTIVOS INTANGIBLES	TOTAL
Patente y marcas (UIT=4050*13.9%)	S/ 562.95
Licencia y permisos	S/ 37.26
<b>TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>S/ 600.21</b>

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

## 6.2. Capital de Trabajo

El capital de trabajo para que la empresa MERMI S.A.C. pueda iniciar sus operaciones está expresado en el siguiente cuadro, el cual nos muestra el total de operaciones que se realizarán y los costos de cada uno expresados en moneda nacional y en moneda extranjera.

Tabla 11: CAPITAL DE TRABAJO (EXPRESADOS EN SOLES Y EN DOLARES)

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>							
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>			S/.	334,323.57			
<b>INVERSIÓN FIJA</b>			S/.	7,830.00			
<b>INVERSION INTANGIBLE</b>			S/.	600.21			
<b>OPERACIONES (EGRESOS)</b>			<b>COSTO EN SOLES</b>	<b>COSTOS EN DOLARES</b>			
<b>TOTAL DE EGRESOS (OPERACIONES)</b>			S/.	325,893.36	\$	100,584.37	
<b>Insumo</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	S/.	307,824.00	\$	95,007.41	
<b>MANGO x CAJA DE 6KG</b>	14400	S/.	3.50	S/.	50,400.00	\$	15,555.56
<b>MARACUYA x CAJA DE 6KG</b>	14400	S/.	2.50	S/.	36,000.00	\$	11,111.11
<b>CAJA DE 23x30x20</b>	2400	S/.	4.50	S/.	10,800.00	\$	3,333.33
<b>MAQUILA+ENVASADO</b>	57600	S/.	1.49	S/.	85,824.00	\$	26,488.89
<b>ENVASE</b>	2400	S/.	52.00	S/.	124,800.00	\$	38,518.52
<b>Costos administrativos</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>SUELDO</b>	S/.	5,400.00	\$	1,666.67	
<b>Gerente</b>	1	S/.	2,000.00	S/.	2,000.00	\$	617.28
<b>Jefe de producción</b>	1	S/.	1,200.00	S/.	1,200.00	\$	370.37
<b>Jefe de comercialización</b>	1	S/.	1,200.00	S/.	1,200.00	\$	370.37
<b>Contador</b>	1	S/.	1,000.00	S/.	1,000.00	\$	308.64
<b>COSTOS DE PUBLICIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	S/.	7,500.00	\$	2,314.81	
<b>Inversión a Ferias</b>	1	S/.	5,000.00	S/.	5,000.00	\$	1,543.21
<b>Diseño de Material Grafico</b>	1	S/.	2,000.00	S/.	2,000.00	\$	617.28
<b>Muestras</b>	1	S/.	500.00	S/.	500.00	\$	154.32
<b>Costo de Suministro</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MENSUAL</b>	S/.	775.00	\$	239.20	
<b>Energía Eléctrica</b>	1	S/.	50.00	S/.	50.00	\$	15.43
<b>Consumo de Agua</b>	1	S/.	35.00	S/.	35.00	\$	10.80
<b>Consumo de Teléfono + Internet</b>	1	S/.	90.00	S/.	90.00	\$	27.78
<b>Móvil RPM</b>	3	S/.	200.00	S/.	600.00	\$	185.19
<b>Costos de exportación</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	S/.	4,394.36	\$	1,356.29	
<b>COSTO STRECH FILM ROLLO</b>	5	S/.	11.34	S/.	56.70	\$	17.50
<b>COSTO DE ESQUINERO</b>	20	S/.	11.66	S/.	233.28	\$	72.00
<b>COSTO DE PALETAS</b>	20	S/.	32.40	S/.	648.00	\$	200.00
<b>COSTO DE SEPARADORES</b>	20	S/.	1.07	S/.	21.38	\$	6.60
<b>COSTO DE ZUNCHOS</b>	1	S/.	16.20	S/.	16.20	\$	5.00
<b>CERTIFICADO DE DIGESA</b>	1	S/.	70.80	S/.	70.80	\$	21.85
<b>CERTIFICADO FITOSANITARIO</b>	1	S/.	43.20	S/.	43.20	\$	13.33
<b>OPERADOR LOGÍSTICO</b>	1	S/.	3,304.80	S/.	3,304.80	\$	1,020.00

FUENTES: ELABORACIÓN PROPIA

### 6.3. Inversión Total

A continuación, se muestra el cuadro de la Inversión Total utilizada en la empresa MERMI S.A.C. El cual nos detalla una inversión total del S/ 316254.21

TABLA 12: INVERSIÓN TOTAL

CONCEPTO	INVERSION
Inversión fijo tangible	S/. 7,830.00
Inversión intangible	S/. 600.21
Capital de Trabajo	S/. 307,824.00
TOTAL DE INVERSION	S/. 316,254.21

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

### 6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

En el siguiente cuadro, se observa que para realizar la inversión, se va a tener el 68.38% de la inversión total como aporte propio y el 31.62% va a ser financiado por el banco.

Tabla 13: ESTRUCTURA DE INVERSIÓN (EXPRESADOS EN SOLES)

Inversión	Aporte Propio	Préstamo	Total	Porcentaje
Inversión fijo tangible	S/. 7,830.00	S/. -	S/. 7,830.00	2.48%
Inversión intangible	S/. 600.21	S/. -	S/. 600.21	0.19%
Capital de trabajo	S/. 207,824.00	S/. 100,000.00	S/. 307,824.00	97.33%
Total	S/. 216,254.21	S/. 100,000.00	S/. 316,254.21	100.00%
Porcentaje	68.38%	31.62%	100.00%	

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

### 6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito

Las fuentes de financiamiento serán el aporte de 3 socios capitalistas, que están vinculados directamente con la empresa, los cuales serán los siguientes:

Socios capitalistas que laboran en la empresa

- Gerente general                      aporte S/ 100 000.00
- Jefe de producción                      aporte S/ 50 000.00
- Jefe de comercialización              aporte S/ 50 000.00

Los aportes de dichos socios, dan una suma total de S/ 250 000.00, por lo que la diferencia, se está financiando con el banco.

A continuación, se muestra la cotización del préstamo de \$30 000.00, a una tasa efectiva anual de 25% y una TCEA referencial por operación de 26.047907%, considerando que el plazo del préstamo es de 5 años, expresado en 60 meses.

## Simulación de Cronograma de Pagos

Préstamos Libre Disponibilidad							
Importe a solicitar :	30,000.00 DOLARES AMERICANOS			Días de Pago :	28		
Duración Total :	60 meses			Periodo de Gracia :	-		
Fecha de solicitud :	16/06/2017			Valor del Bien :	-		
Sub-Producto :	CD01 - LIBRE DISPONIB.			Cuota :	849.89		
Tipo Seg. Desgravamen :	Monto Inicial			Importe Seguro Desgravamen :	15.30		
Importe Seguro del Bien :	-			Tasa Efectiva Anual	25.000000		
TCEA Referencial de Operación :	26.047907%			Comis. envío infor. periódica:	-		
NRO	VENCIDO	AMORTIZAC.	INTERESES	COMISION(E) + SEGURO	SUBVENC	CUOTA	SALDO
001	31/07/2017	1.32	848.57	15.30	0.00	865.19	29,998.68
002	28/08/2017	324.70	525.19	15.30	0.00	865.19	29,673.98
003	28/09/2017	274.19	575.70	15.30	0.00	865.19	29,399.79
004	30/10/2017	260.92	588.97	15.30	0.00	865.19	29,138.87
005	28/11/2017	321.37	528.52	15.30	0.00	865.19	28,817.50
006	28/12/2017	309.01	540.88	15.30	0.00	865.19	28,508.49
007	29/01/2018	278.78	571.11	15.30	0.00	865.19	28,229.71
008	28/02/2018	320.04	529.85	15.30	0.00	865.19	27,909.67
009	28/03/2018	361.27	488.62	15.30	0.00	865.19	27,548.40
010	30/04/2018	280.59	569.30	15.30	0.00	865.19	27,267.81
011	28/05/2018	372.51	477.38	15.30	0.00	865.19	26,895.30
012	28/06/2018	328.10	521.79	15.30	0.00	865.19	26,567.20
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
060	28/06/2022	834.37	15.13	15.30	0.00	864.80	0.00
		<b>30,000.00</b>	<b>20,993.01</b>	<b>918.00</b>	<b>0.00</b>	<b>51,911.01</b>	

FUENTE: BBVA CONTINENTAL (2017)



## 6.6. Presupuesto de costos

En la primera tabla es la de costo unitario de producción del producto, aquí se muestra el precio unitario de un frasco de 250 gr de mermelada. Y la proyección anual de costos teniendo en cuenta una inflación de 2.9% anual.

El costo unitario en el primer año es de US\$ 0.67 de dólar.

Tabla 14: COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN (EXPRESADOS EN DOLARES)

Insumo	Año 1 (2017)	Año 2 (2018)	Año 3 (2019)	Año 4 (2020)
MANGO x UNIDAD	\$0.27	\$0.28	\$0.29	\$0.29
MARACUYA x UNIDAD	\$0.19	\$0.20	\$0.20	\$0.21
CAJA DE 23x30x20	\$0.06	\$0.06	\$0.06	\$0.06
MAQUILA+ENVASADO	\$0.46	\$0.47	\$0.49	\$0.50
ENVASE	\$0.67	\$0.69	\$0.71	\$0.73
TOTAL	\$1.65	\$1.70	\$1.75	\$1.80
Incremento por inflación	2.90%	Fuente: INEI		

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

En la siguiente tabla se observa el costo de cada embarque exportado, para movilizar un contenedor de 40 pies y enviarlo al cliente se necesita una producción de 57 600 frascos de 250 gr , que serán distribuidas en pallets dentro del contenedor.

El costo de preparar un contenedor para su próximo embarque, es de US\$ \$95,007.41

Tabla 15: COSTO DE EMBARQUE CONT DE 20 PIES (EXPRESADOS EN DÓLARES)

Insumo	TOTAL EN DOLARES
MANGO x CAJA DE 6KG	\$15,555.56
MARACUYA x CAJA DE 6KG	\$11,111.11
CAJA DE 23x30x20	\$3,333.33
MAQUILA+ENVASADO	\$26,488.89
ENVASE	\$38,518.52
TOTAL X EMBARQUE	\$95,007.41

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

En el siguiente cuadro se puede observar la proyección anual de producción para exportar un contenedor completo que contenga 57 600 frascos para ser exportado.

El valor del embarque es de \$95,007.41 dólares, pero para el siguiente año tiene un incremento de 2.9% de inflación según el BCRP.

Se sabe que las ventas:

- ✓ en el año 1, se realizarán 5 embarques de un contenedor de 40 pies
- ✓ en el año 2, se realizaran 8 embarques de un contenedor de 40 pies
- ✓ en el año 3, se realizaran 10 embarques de un contenedor de 40 pies
- ✓ en el año 4, se realizaran 15 embarques de un contenedor de 40 pies
- ✓ en el año 5, se realizaran 20 embarques de un contenedor de 40 pies

Tabla 16: PROYECCIÓN DE PRODUCCIÓN ANUAL (EXPRESADOS EN DÓLARES AMERICADOS)

Insumo	Año 1 (2017)	Año 2 (2018)	Año 3 (2019)	Año 4 (2020)	Año 5 (2021)
MANGO x UNIDAD	\$ 15,555.56	\$ 16,006.67	\$ 16,470.86	\$ 16,948.51	\$ 17,440.02
MARACUYA x UNIDAD	\$ 11,111.11	\$ 11,433.33	\$ 11,764.90	\$ 12,106.08	\$ 12,457.16
CAJA DE 23x30x20	\$ 3,333.33	\$ 3,430.00	\$ 3,529.47	\$ 3,631.82	\$ 3,737.15
MAQUILA+ENVASADO	\$ 26,488.89	\$ 27,257.07	\$ 28,047.52	\$ 28,860.90	\$ 29,697.87
ENVASE	\$ 38,518.52	\$ 39,635.56	\$ 40,784.99	\$ 41,967.75	\$ 43,184.82
TOTAL X EMBARQUE	\$ 95,007.41	\$ 97,762.62	\$ 100,597.74	\$ 103,515.07	\$ 106,517.01
TOTAL X AÑO	\$ 475,037.04	\$ 782,100.98	\$ 1,005,977.38	\$ 1,552,726.09	\$ 2,130,340.20
Total Unidades	57600	57600	57600	57600	57600
Total Unidades x contenedor	288000	460800	576000	864000	1152000
Cantidad de contenedores	5	8	10	15	20

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

En el siguiente cuadro se termina el presupuesto de costos de la cadena logística, se detalla el precio de lo que cuesta el traslado de la mercadería a puerto, los costos logísticos, de aduanas, y los costos que asume el vendedor, sin contar los costos de los certificados.

Los costos de exportación, son aquellos costos para asegurar la carga mientras viajen a su destino ya sea por mar, tierra o aire.

El operador logístico, consolida todas las actividades que se relacionan para cargar la mercadería en el contenedor en el almacén del productor hasta colocar el contenedor en la nave.

Tabla 17: PRESUPUESTO DE COSTOS POR DESPACHO (EXPRESADOS EN DÓLARES AMERICADOS)

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
OPERADOR LOGISTICO	\$ 1,020.00	\$ 1,049.58	\$ 1,080.02	\$ 1,111.34	\$ 1,143.57
COSTOS DE EXPO	\$ 336.29	\$ 346.04	\$ 356.08	\$ 366.40	\$ 377.03
Total X EMBARQUE	\$ 1,356.29	\$ 1,395.62	\$ 1,436.10	\$ 1,477.74	\$ 1,520.60
TOTAL X CONTENEDORES AL AÑO	\$ 6,781.45	\$ 11,164.98	\$ 14,360.95	\$ 22,166.13	\$ 30,411.94
Cantidad de contenedores	5	8	10	15	20

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

En el siguiente cuadro se detallan los costos administrativos, es decir los sueldos de los colaboradores, el personal tercero, así también los costos de los suministros utilizados en oficina y el alquiler del mismo, los montos son anuales.

Tabla 18: PRESUPUESTO DE COSTOS ADMINISTRATIVOS (EXPRESADOS EN DÓLARES AMERICADOS)

Detalle	DESCRIPCION	Cantidad de Meses	Precio Unitario	Total
Costos de suministros	Servicios básicos	12	\$ 239.20	\$ 2,870.37
Costos administrativos	Sueldos	12	\$ 1,666.67	\$ 20,000.00
Alquiler	Oficina Administrativa	12	\$ 246.91	\$ 2,962.96
<b>TOTAL X 1 AÑO</b>				<b>\$ 25,833.33</b>

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

En el siguiente cuadro, se detalla los gastos de marketing:

- ✓ La inversión en ferias, te permite mostrar tu producto en el mercado que deseas ingresar.
- ✓ El diseño del material gráfico, que se van a usar en la feria, asimismo permite manejar productos de merchandising, como hojas informativas del producto.
- ✓ Muestras, en los embarques y al bróker se envía un lote de muestras para que pueda posicionar el producto en el mercado además, de distribuir las muestras para empezar a posicionar la marca.

Tabla 19 : PRESUPUESTO DE COSTOS DE MARKETING (EXPRESADOS EN DÓLARES AMERICADOS)

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión a Ferias	\$1,543.21	\$ 1,587.96	\$ 1,634.01	\$1,681.40	\$ 1,730.16
Diseño de Material Grafico	\$ 617.28	\$ 635.19	\$ 653.61	\$ 672.56	\$ 692.06
Muestras	\$ 154.32	\$ 158.80	\$ 163.40	\$ 168.14	\$ 173.02
<b>TOTAL</b>	<b>\$2,314.81</b>	<b>\$ 2,381.94</b>	<b>\$ 2,451.02</b>	<b>\$2,522.10</b>	<b>\$ 2,595.24</b>

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

En el siguiente cuadro se aprecia la depreciación de los productos tangibles; la depreciación se halla dividiendo el valor del activo entre los años de vida útil, con ello se determina cuanto es el precio de depreciación anual.

Tabla 20: DEPRECIACIÓN (EXPRESADOS EN DÓLARES AMERICADOS)

Detalle	Vida Útil (Meses)	Valor	Depreciación mensual	Depreciación anual
Laptop	60	\$ 1,666.67	\$ 27.78	\$ 333.33
Impresora	60	\$ 61.73	\$ 1.03	\$ 12.35
Escritorios	60	\$ 138.89	\$ 2.31	\$ 27.78
Archivador	60	\$ 27.78	\$ 0.46	\$ 5.56
Mueble de Impresora	60	\$ 15.43	\$ 0.26	\$ 3.09
Sillas	60	\$ 74.07	\$ 1.23	\$ 14.81
Teléfonos móviles	60	\$ 185.19	\$ 3.09	\$ 37.04
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 36.16</b>	<b>\$ 433.95</b>

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

En la siguiente tabla se ve los valores de la amortización y la depreciación por año.

**TABLA 21: DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN (EXPRESADOS EN DÓLARES AMERICADOS)**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Depreciación de equipos	\$433.95	\$ 433.95	\$433.95	\$433.95	\$433.95
Amortización de los intangibles	\$ 37.05	\$ 37.05	\$ 37.05	\$ 37.05	\$ 37.05
<b>Total</b>	<b>\$471.00</b>	<b>\$ 471.00</b>	<b>\$471.00</b>	<b>\$471.00</b>	<b>\$471.00</b>

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

En la siguiente tabla se ve el presupuesto con el que se debe contar.

En total para el año1 se necesita 510 437.63 dólares como presupuesto.

**Tabla 22: PRESUPUESTO DE COSTES (EXPRESADOS EN DÓLARES AMERICADOS)**

PRESUPUESTO DE COSTOS ANUAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Costos FIJOS</b>	<b>\$ 26,304.33</b>	<b>\$ 26,304.33</b>	<b>\$ 26,304.33</b>	<b>\$ 26,304.33</b>	<b>\$ 26,304.33</b>
COSTOS DE SUMINISTROS	\$ 2,870.37	\$ 2,870.37	\$ 2,870.37	\$ 2,870.37	\$ 2,870.37
COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00
ALQUILER	\$ 2,962.96	\$ 2,962.96	\$ 2,962.96	\$ 2,962.96	\$ 2,962.96
DEPRECIACION Y AMORTIZACION	\$ 471.00	\$ 471.00	\$ 471.00	\$ 471.00	\$ 471.00
<b>Costos Variables</b>	<b>\$ 484,133.30</b>	<b>\$ 795,647.90</b>	<b>\$ 1,022,789.35</b>	<b>\$ 1,577,414.32</b>	<b>\$ 2,163,347.37</b>
MAQUILA	\$ 475,037.04	\$ 782,100.98	\$ 1,005,977.38	\$ 1,552,726.09	\$ 2,130,340.20
COSTOS DE LA DFI	\$ 6,781.45	\$ 11,164.98	\$ 14,360.95	\$ 22,166.13	\$ 30,411.94
COSTOS DE PUBLICIDAD	\$ 2,314.81	\$ 2,381.94	\$ 2,451.02	\$ 2,522.10	\$ 2,595.24
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 510,437.63</b>	<b>\$ 821,952.23</b>	<b>\$ 1,049,093.69</b>	<b>\$ 1,603,718.65</b>	<b>\$ 2,189,651.70</b>

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

## 6.7. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es aquel punto de actividad en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir es la producción exacta en donde no existe utilidad ni perdida.

Para determinar el punto de equilibrio se debe aplicar la siguiente fórmula:

TABLA 23: PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1

PRODUCTO	COSTOS FIJOS	CANTIDAD	PRECIO Unitario	CVU	MARG. CONTR
MARACUMANGO JAM	26,304.33	288,000.00	\$ 2.22	\$ 1.77	\$ 0.45

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

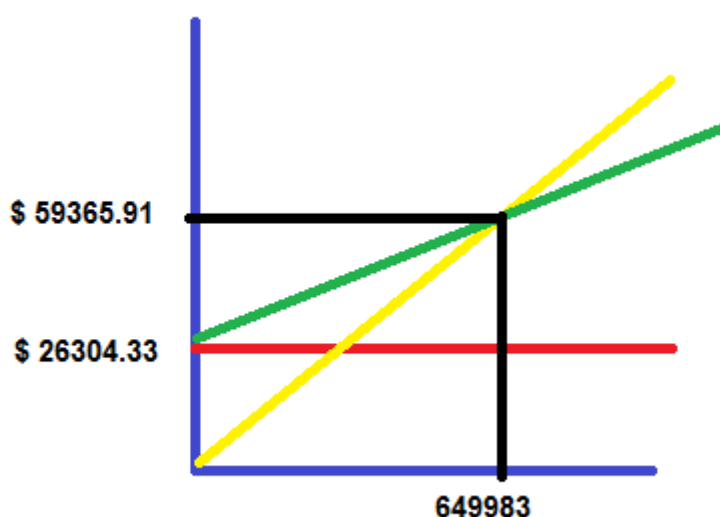
Fórmula para hallar el punto de equilibrio:

$$PE = \frac{CF}{PVc - CVu}$$

$$PE = \frac{26,304.33}{2.22 - 1.77}$$

$$PE = 59365.91$$

A continuación, se muestra la gráfica del punto de equilibrio para la empresa MERMI S.A.C., donde se puede observar que para alcanzar el punto de equilibrio, se deben vender 649983 frascos de mermelada para que no exista ni utilidad ni pérdida.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

## **6.8. Tributación de la exportación**

La exportación de bienes no está afectada a ningún tributo. El servicio que presta la SUNAT en cuanto a la exportación, es el de facilitar la salida al exterior de las mercancías, para mejorar nuestra competitividad y oferta.

Existen dos beneficios tributarios a los cuales se pueden acoger las empresas exportadoras, la Devolución del IGV y el Drawback. El primero se tramita ante la SUNAT, y el segundo ante Aduanas.

Drawback:

Es el Régimen Aduanero que permite la restitución (devolución) de los derechos arancelarios pagados en la importación de materias primas o insumos o productos intermedios o partes y piezas, incorporados en la producción de bienes exportados.

El monto de la restitución es la suma que resulte de aplicar la tasa de 3% al valor FOB de exportación, sin considerar las comisiones y cualquier otro gasto deducible.

ADUANAS pondrá a disposición de los exportadores la restitución mediante Nota de Crédito o Cheque dentro del décimo día hábil siguiente a la presentación de la solicitud. Excepcionalmente ADUANAS entregará la Nota de Crédito o Cheque dentro del segundo día hábil siguiente a la presentación de la solicitud, siempre que el exportador presente una garantía por el monto objeto de restitución.

## **6.9. Presupuesto de ingresos**

El presupuesto de ventas es la proyección estimada de las ventas programadas que se tendrá a lo largo de los 5 años.

El precio de venta proyectado en el tiempo se ha incrementado según el incremento de la inflación de 2.9%.



**TABLA 24: INGRESOS POR VENTAS (EXPRESADOS EN DÓLARES AMERICADOS)**

AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UNIDADES	288,000.00	460,800.00	576,000.00	864,000.00	1,152,000.00
PRECIO DE VENTA	\$ 2.22	\$ 2.28	\$ 2.35	\$ 2.42	\$ 2.49
VALOR DE VENTAS	\$ 639,360.00	\$ 1,052,642.30	\$ 1,353,961.16	\$ 2,089,839.06	\$ 2,867,259.18

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

### 6.10. Presupuesto de egresos

El presupuesto de egresos es la salida de dinero que abarca todos los costos y gastos en el que incurrirá el proyecto en la producción del producto.

El costo unitario disminuye con los años, ya que a mayor producción menores costos, excepto el año 5 que llega a su punto máximo.

**TABLA 25: Presupuesto de egresos (EXPRESADOS EN DÓLARES AMERICADOS)**

AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UNIDADES	288,000.00	460,800.00	576,000.00	864,000.00	1,152,000.00
COSTO DE VENTA	\$0.56	\$0.56	\$0.55	\$0.54	\$0.53
VALOR DE COSTOS	\$162,495.86	\$258,332.09	\$316,250.1	\$465,478.1	\$606,079.95

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

### 6.11. Flujo de caja proyectado

Informe financiero que presenta el flujo de ingresos y egresos de dinero que tiene la empresa en un periodo determinado, aquí se informa el saldo final de la caja.

**TABLA 25 : FLUJO DE CAJA EN DÓLARES AMERICANOS (EXPRESADOS EN DÓLARES AMERICADOS)**

<b>Flujo de Caja</b>						
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS</b>		\$ 639,360.00	\$ 1,052,642.30	\$ 1,353,961.16	\$ 2,089,839.06	\$ 2,867,259.18
Ventas		\$ 639,360.00	\$1,052,642.30	\$ 1,353,961.16	\$ 2,089,839.06	\$ 2,867,259.18
<b>EGRESOS</b>	\$ -100,584.37	\$ 606,341.63	\$ 979,849.57	\$ 1,252,189.86	\$ 1,917,197.51	\$ 2,619,744.57
Capital de trabajo	\$ -100,584.37					
<b>COSTOS FIJOS</b>		\$ 26,304.33	\$ 26,305.33	\$ 26,306.33	\$ 26,307.33	\$ 26,308.33
Costos de suministros		\$ 2,870.37	\$ 2,870.37	\$ 2,870.37	\$ 2,870.37	\$ 2,870.37
Costos administrativos		\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00
Alquiler		\$ 2,962.96	\$ 2,962.96	\$ 2,962.96	\$ 2,962.96	\$ 2,962.96
Depreciación y Amortización		\$ 471.00	\$ 471.00	\$ 471.00	\$ 471.00	\$ 471.00
<b>COSTOS VARIABLES</b>		\$ 484,133.30	\$ 795,647.90	\$ 1,022,789.35	\$ 1,577,414.32	\$ 2,163,347.37
Maquila		\$ 475,037.04	\$ 782,100.98	\$ 1,005,977.38	\$ 1,552,726.09	\$ 2,130,340.20
Costos de la DFI		\$ 6,781.45	\$ 11,164.98	\$ 14,360.95	\$ 22,166.13	\$ 30,411.94
<b>COSTOS DE PUBLICIDAD</b>		\$ 2,314.81	\$ 2,381.94	\$ 2,451.02	\$ 2,522.10	\$ 2,595.24
<b>COMISION DEL BROKER (15%)</b>		\$ 95,904.00	\$ 157,896.35	\$ 203,094.17	\$ 313,475.86	\$ 430,088.88
<b>RENTA IMPONIBLE</b>		\$ 33,018.37	\$ 72,792.73	\$ 101,771.31	\$ 172,641.55	\$ 247,514.61
<b>IMPUESTO A LA RENTA (29.5%)</b>		\$ 9,740.42	\$ 21,473.86	\$ 30,022.54	\$ 50,929.26	\$ 73,016.81
<b>FLUJO DE CAJA ECONOMICO</b>	\$ -100,584.37	\$ 23,277.95	\$ 51,318.88	\$ 71,748.77	\$ 121,712.29	\$ 174,497.80
Préstamo	\$ 30,000.00					
Intereses		\$ -6,394.78	\$ -5,480.92	\$ -4,338.61	\$ -3,929.90	\$ -3,529.25
Amortizaciones		\$ -3,655.40	\$ -4,569.25	\$ -5,711.57	\$ -5,282.76	\$ -4,845.90
Escudo fiscal		\$ 1,726.59	\$ 1,479.85	\$ 1,171.43	\$ 1,142.48	\$ 1,112.99
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	\$ -70,584.37	\$ 9,572.37	\$ 36,699.45	\$ 55,987.03	\$ 107,216.87	\$ 161,276.75

6.12. Estado de Ganancias y Pérdidas

**TABLA 26: ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS**

<b>Estado de Ganancias y pérdidas financiero</b>					
<b>Período</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ingresos	\$ 639,360.00	\$ 1,052,642.30	\$ 1,353,961.16	\$ 2,089,839.06	\$ 2,867,259.18
(-) Costo de producción	\$ 475,037.04	\$ 782,100.98	\$ 1,005,977.38	\$ 1,552,726.09	\$ 2,130,340.20
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$ 164,322.96</b>	<b>\$ 270,541.33</b>	<b>\$ 347,983.78</b>	<b>\$ 537,112.97</b>	<b>\$ 736,918.99</b>
(-) Gastos de operación	\$ 131,304.59	\$ 197,747.59	\$ 246,210.47	\$ 364,468.42	\$ 489,400.38
COSTOS DE SUMINISTROS	\$ 2,870.37	\$ 2,870.37	\$ 2,870.37	\$ 2,870.37	\$ 2,870.37
COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00
ALQUILER	\$ 2,962.96	\$ 2,962.96	\$ 2,962.96	\$ 2,962.96	\$ 2,962.96
DEPRECIACION Y AMORTIZACION	\$ 471.00	\$ 471.00	\$ 471.00	\$ 471.00	\$ 471.00
COSTOS DE LA DFI	\$ 6,781.45	\$ 11,164.98	\$ 14,360.95	\$ 22,166.13	\$ 30,411.94
COSTOS DE PUBLICIDAD	\$ 2,314.81	\$ 2,381.94	\$ 2,451.02	\$ 2,522.10	\$ 2,595.24
COMISION DE BROKER	\$ 95,904.00	\$ 157,896.35	\$ 203,094.17	\$ 313,475.86	\$ 430,088.88
<b>Utilidad operativa</b>	<b>\$ 33,018.37</b>	<b>\$ 72,793.73</b>	<b>\$ 101,773.31</b>	<b>\$ 172,644.55</b>	<b>\$ 247,518.61</b>
(+) OTROS INGRESOS	0	0	0	0	0
(-) Gastos financieros	\$ 6,394.78	\$ 5,480.92	\$ 4,338.61	\$ 4,231.41	\$ 4,122.20
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 26,623.60</b>	<b>\$ 67,312.81</b>	<b>\$ 97,434.69</b>	<b>\$ 168,413.14</b>	<b>\$ 243,396.41</b>
(-) Impuesto a la renta	\$ 28,601.54	\$ 52,526.80	\$ 69,964.39	\$ 112,579.51	\$ 157,600.96
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$ -1,977.94</b>	<b>\$ 14,786.00</b>	<b>\$ 27,470.30</b>	<b>\$ 55,833.63</b>	<b>\$ 85,795.46</b>

El estado de ganancias y pérdidas muestra la rentabilidad de la empresa durante un periodo determinado, el estado de resultados integrales ayuda al análisis de la situación financiera de los ingresos, costos para evaluar las decisiones a tomar para la empresa.

### 6.13. Evaluación de la Inversión

#### 6.13.1. Evaluación Económica

En el análisis económico se evalúan los costos y las ganancias de un proyecto desde la perspectiva de la sociedad como un todo. Se asume que la realización de un proyecto ayudará al desarrollo de la economía y que su contribución social justifica el uso de los recursos que necesitará. En consecuencia, el análisis económico considera la valoración de los costos y beneficios sociales del proyecto; así como el uso de métodos estimativos de precios-sombra cuando los costos y beneficios difieren de los precios de mercado; y la valoración fuera del mercado y la transferencia de beneficios, para precios de bienes y servicios que no tienen precios de mercado directos. (ESAN, 2017)

El valor actual neto, es la medición de los flujos de la caja futuros del proyecto.

La VAN ECONÓMICO para nuestro proyecto es de 52.81% que es el valor mínimo de rendimiento para la inversión.

VAN ECONOMICO	\$ 256,745.38
TIR ECONOMICO	52.81%

### 6.13.2. Evaluación Financiera

Es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto. Antes que mostrar el resultado contable de una operación en la cual puede haber una utilidad o una pérdida, tiene como propósito principal determinar la conveniencia de emprender o no un proyecto de inversión

VAN FINANCIERO	\$ 190,098.79
TIR FINANCIERO	56.62%

### 6.13.3. Evaluación Social

La empresa MERMI S.A.C. , exportadora de mermelada de mago-maracuyá edulcorado con estevia, no genera ningún conflicto social, ya que los proveedores de los frutos pertenecen a asociaciones de agricultores que cultivan el mango y la maracuyá . Asimismo están regidos bajo diversas normas que regulan la calidad de estos frutos, que permiten estar dentro de los estándares de producción.

### 6.13.4. Impacto ambiental

La empresa MERMI S.A.C no genera un impacto ambiental en la producción ni en la exportación de sus productos, ya que su producción es sin contaminantes y elaborado con tecnología adecuada.

La planta de producción, está en constantes inspecciones de salubridad, que a su vez informan un nivel de contaminación adecuado y permitido y no afecta al medio ambiente.

Los insumos a usar para la elaboración son comprados con la garantía que nos da los proveedores de empresas responsablemente sociales.

#### 6.14. Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

El costo de oportunidad del trabajo es el rendimiento esperado de la mejor alternativa de inversión sin riesgo; así como nos ayuda a medir que alternativa de inversión es mejor con un riesgo mayor o igual.

Es decir el costo a hallar es el costo de oportunidad del capital de trabajo si este no fuera invertido en la empresa MERMI S.A.C.

Rf	Tasa libre de riesgo	2.20%
B	Beta del sector	0.3
Rm-Rf	Prima por riesgo de mercado	7.40%
Rp	Prima por riesgo país	1.37%
COK	$= 2.20\% + 0.3(7.40\%) + 1.37\%$	5.79%

D	Deuda	30,000.00
E	Capital Propio	70,584.37
Kd	Costo de la deuda	25%
Tx	Imposición fiscal	29.50%
Ke	Costo de capital	5.79%
CPPK		9.32%

## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.1. Conclusiones

- ✓ La exportación de mermelada de mango-maracuyá edulcorado con estevia, es un producto de calidad, que brinda grandes beneficios a sus consumidores.
- ✓ El producto puede ser consumido por todo tipo de personas que deseen llevar una vida sana, ya que es bajo en calorías.
- ✓ Nos encontramos frente a un sabor innovador usando la fusión del mango y la maracuyá, los cuales brindaran un sabor único y agradable para el paladar de los consumidores.
- ✓ Si existe la facilidad de ingresar al mercado, existe el TLC con Estados Unidos este permite un arancel menor a comparación de las exportaciones de otros países, además la exportación de este producto a Estados Unidos es factible siempre que cuentes con las condiciones y permisos necesarios, para la exportación de estos productos.
- ✓ En el mercado existen diferentes variedades de sabores de mermeladas, entre las más comunes tenemos: fresa, piña, naranja, durazno, pero hasta actualidad, no existen referencias de la combinación mango-maracuyá en el mercado de Estados Unidos y la combinación mencionada permite ingresar al mercado con un producto innovador.

## **7.2. Recomendaciones**

- ✓ Se recomienda enfatizar la publicidad y marketing del producto, para que pueda ser más reconocido y tener una mayor acogida en el mercado.
- ✓ Se recomienda ampliar el presupuesto de marketing para los siguientes años y así poder establecer mejores métodos de posicionamiento, ya que el negocio se orienta en la comercialización.
- ✓ Se recomienda ampliar los mercados objetivos, así ampliando la red de distribución de MERMI S.A.C.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ADUANET. (s.f.). SUNAT. Obtenido de <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>
2. AGRODATAPERU. (2017). EXPORTACION DE MERMELADAS Obtenido de <http://www.agrodataperu.com/category/exportaciones/jaleas-y-mermeladas-de-fruta-exportacion>
3. BANCO CENTRAL DE RESERVA. (2017). REPORTE DE INFLACION 2017. Obtenido de <http://www.bcrp.gob.pe/politica-monetaria/reporte-inflacion-marzo-2017.html>
4. BBVA CONTENIENTAL (2017) Obtenido de <http://www.bbvacomercioexterior.com/>
5. DIARIO EL PERUANO. (2008). LEY DE LA PROMOCION DE COMPETITIVIDAD, FORMALIZACION Y DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA Y DEL ACCESO AL EMPLEO DECENTE.
6. DIARIO GESTION. (2015). DRAWBACK. Obtenido de <http://gestion.pe/tu-dinero/como-entender-cambios-drawback-2172952>
7. DRAWBACK. (2015). RESTITUCION SIMPLIFICADO DE DERECHOS ARANCELARIOS. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/perfeccionam/drawback/procGeneral/inta-pg.07.htm>
8. ESAN (2017). EVALUACION ECONOMICA Y FINANCIERA. Obtenido de <http://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/09/evaluacion-economica-y-financiera-de-proyectos/>
9. [http://2.bp.blogspot.com/\\_Mo5h8FiSQLA/SmIwubdI4hI/AAAAAAAAAAc/tXZ3sIUtlak/s1600-h/Proceso+de+Exportaci%C3%83%C2%B3n+Definitiva.JPG](http://2.bp.blogspot.com/_Mo5h8FiSQLA/SmIwubdI4hI/AAAAAAAAAAc/tXZ3sIUtlak/s1600-h/Proceso+de+Exportaci%C3%83%C2%B3n+Definitiva.JPG)

10. GESTION (2017) DRAWBACK. Obtenido de <http://gestion.pe/tu-dinero/como-entender-cambios-drawback-2172952>
11. MINISTERIO DE TRABAJO. (2017). REGIMEN LABORAL. Obtenido de [http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/DLT\\_formation\\_laboral.pdf](http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/DLT_formation_laboral.pdf)
12. PROINVERSION. (2016). PROINVERSION. Obtenido de <http://www.proinversion.gob.pe/modulos/JER/PlantillaStandard.aspx?prf=0&jer=5732&sec=1>
13. SUNAT. (2015). RUC . Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/pasos/paso4.pdf>
14. SUNAT. (2016). PLAME. Obtenido de [http://contenido.app.sunat.gob.pe/insc/PLAME/CARTILLA\\_PDT+PLAME\\_12FEB2013.pdf](http://contenido.app.sunat.gob.pe/insc/PLAME/CARTILLA_PDT+PLAME_12FEB2013.pdf)
15. TRADEMAP. (2016). Obtenido de [http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS\\_Graph.aspx?nvpm=3|842|||040310||6|1|1|2|1|2|1|1](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS_Graph.aspx?nvpm=3|842|||040310||6|1|1|2|1|2|1|1)
16. TRADENMAP. (2015). EXPORTACIONES DE USA P.A. 040310. Obtenido de [http://www.trademap.org/Product\\_SelCountry\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx)

# ANEXOS

## MODELO CANVAS

### MODELO CANVAS: EXPORTACION DE MERMELADA DE MANGO-MARACUYA

<p><b>SOCIOS CLAVES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• PROVEEDORES DE LAS FRUTAS</li> <li>• PROVEEDORES DE ENVASES</li> <li>• PROVEEDORES DE ESTEVIA</li> <li>• MAQUILA</li> </ul>	<p><b>ACTIVIDADES CLAVES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• BROKER INTERMEDIARIO ENTRE LA EMPRESA Y CONSUMIDOR FINAL</li> <li>• GESTION DE INSUMOS NECESARIOS PARA EL PRODUCTO.</li> <li>• CALCULO DE CANTIDADES DE MARACUYA Y MANGO</li> <li>• DEFINICION DE ENVASES Y EMBALAJE COMERCIAL.</li> </ul>	<p><b>PROPUESTA DE VALOR</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• COMBINACION DE SABOR MANGO-MARACUYA</li> <li>• PRODUCTO ENDULZADO CON ESTEVIA</li> </ul>	<p><b>RELACION CON CLIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• PUBLICIDAD</li> <li>• FERIAS INTERNACIONALES</li> <li>• MUESTRAS</li> </ul>	<p><b>SEGMENTOS DE CLIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• PERSONAS DEL ESTADO DE NEW JERSEY – EEUU CON EDADES DE 5 A 70 AÑOS</li> <li>• PERSONAS QUE CONSUMEN PRODUCTOS BAJOS EN AZUCARES Y CALORIAS</li> <li>• SUPERMERCADOS</li> <li>• MINIMARKETS</li> <li>• MAYORISTAS</li> <li>• BROKER</li> </ul>
<p><b>ESTRUCTURA DE COSTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• PROVEEDORES DE MANGO Y MARACUYA</li> <li>• PROVEEDORES DE ESTEVIA</li> <li>• PROVEEDORES DE ENVASES</li> <li>• IMPUESTOS</li> <li>• COMISION DEL BROKER Y ASESOR COMERCIAL</li> <li>• GASTOS LOGISTICOS DE EXPORTACION</li> <li>• ALQUILER DE LOCAL</li> </ul>	<p><b>RECURSOS CLAVES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• PROVEEDORES DE LAS DE LAS FRUTAS</li> <li>• ENVASES DE 250 GR</li> <li>• INFRAESTRUCTURA PARA EL ENVASADO</li> <li>• CAPITAL</li> <li>• PERSONAL</li> <li>• ESPECIALISTA EN ENVASADO.</li> </ul>		<p><b>CANALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• REPRESENTANTE COMERCIAL</li> </ul>	
	<p><b>ESTRUCTURA DE COSTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• PROVEEDORES DE MANGO Y MARACUYA</li> <li>• PROVEEDORES DE ESTEVIA</li> <li>• PROVEEDORES DE ENVASES</li> <li>• IMPUESTOS</li> <li>• COMISION DEL BROKER Y ASESOR COMERCIAL</li> <li>• GASTOS LOGISTICOS DE EXPORTACION</li> <li>• ALQUILER DE LOCAL</li> </ul>		<p><b>FUENTES DE INGRESO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• CAJAS DE 6 KG A PRECIO POR MAYOR (CADA CAJA CONTIENE 24 FRASCOS DE 250 GR CADA UNO)</li> </ul>	

## COTIZACIÓN DE OPERADOR LOGÍSTICO



Logística integral  
Carga Marítima, aérea y terrestre

Lima 04, Mayo del 2017

Estimados Sres.  
Atención: Rossmary Centeno

Presente.-

Por medio de la presente nos es grato enviarle nuestra cotización de **Servicio Logístico Integral**, para sus embarques de exportación con las **siguientes LINEAS NAVIERAS**.

**Producto:** MERMELADAS  
**Contenedor:** 1 x 40 HC  
**Terminal:** DPW  
**Almacenaje:** 7 días

### SERVICIO LOGISTICO INTEGRAL

**LINEA CMA CGM 1020.00 USD + IGV**  
**LINEA HPL 1020.00 USD + IGV**  
**LINEA EVERGREEN 1020.00 USD + IGV**  
**LINEA HAMBURG SUD 1020.00 USD + IGV**  
**LINEA MSC 1020.00 USD + IGV**

### TARIFA INCLUYE:

- Retiro de contenedor
- VB
- Derecho de Embarque DPW
- Comisión Aduanas SCH
- Transporte Local a CAMPOY
- Regularización de DUA- SCH
- Carga de 4 horas en Planta del cliente. ( por hora adicional se cobrara \$ 35.00 usd )

### NO INCLUYE:

- Aforo en el Terminal CANAL ROJO.
- Inspección BOE.
- Precintos.
- Servicio LAR.
- Cuadrilla y Montacargas en planta del cliente.
- No incluye pagos a terceros (Agencias de Carga, THC, etc.)

Central Telf.: (051) 739 0037  
www.sch-freight.com [katherine.alvarado@sch-freight.com](mailto:katherine.alvarado@sch-freight.com)  
Av. Miguel Angel # 181 Dpto. 401 Urb. Fiori – SMP (Frente a Plaza Norte)

**SCH FREIGHT PERU** somos una agencia de carga internacional Marítimo, Aéreo y Terrestre con sede principal en Lima, Perú. Nuestro principal objetivo es convertirnos en sus socios estratégicos y apoyarlos en el manejo de todos los servicios que intervengan en sus operaciones de Importación y/o Exportación, ofreciéndoles un trato preferencial y tarifas competitivas.


### ◆◆◆◆◆ NUESTROS SERVICIOS


MARÍTIMO	AÉREO	SERVICIO INTEGRAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Embarques FCL, en equipos Standar, HC o NOR y LCL (Carga consolidad).</li> <li>▪ Servicio Multimodal, carga peligrosa y refrigerada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Transporte en carga en aviones comerciales y cargueros desde y hacia las principales ciudades del mundo.</li> <li>▪ Espacios negociados de acuerdo al volumen proyectado de nuestros clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Agenciamiento de Aduana y nacionalización.</li> <li>▪ Seguros Internacionales.</li> <li>▪ Transporte terrestre local y almacenes temporales.</li> </ul>


### ◆◆◆◆◆ NUESTRO TRABAJO

- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Trabajamos en todos los Incoterms y Regímenes Aduaneros.</li> <li>▪ Trato personalizado.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Información constante de sus cargas.</li> <li>▪ Se respetan las tarifas negociadas.</li> </ul> |
|--|---|

Para consulta y/o cotización que requieran, mucho agradeceremos se sirvan contactarnos:

 /SCHPERU

 [www.sch-freight.com](mailto:www.sch-freight.com)

 (511) 739 0037

Central Telf.: (051) 739 0037

[www.sch-freight.com](http://www.sch-freight.com)

[comercial@sch-freight.com](mailto:comercial@sch-freight.com)

Av. Miguel Angel # 181 Dpto. 202 Urb. Fiori – SMP (Frente a Plaza Norte)



Logística integral  
Carga Marítima, aérea y terrestre

◆◆◆◆◆ NUESTROS CLIENTES



Quedamos a la espera de su pronta comunicación.

Atentamente,

Katherine Alvarado  
Cel RPE: 982266777  
SCH DPTO. COMERCIAL

Central Telf.: (051) 739 0037  
www.sch-freight.com [comercial@sch-freight.com](mailto:comercial@sch-freight.com)  
Av. Miguel Angel # 181 Dpto. 202 Urb. Fiori – SMP (Frente a Plaza Norte)

## COTIZACIÓN DE CAJAS DE CARTÓN



Señores:

Presente

Estimados señores:

Por medio de la presente, nos es grato cotizarles la fabricación de cajas de cartón corrugado.

ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCION	ANCHO	LARGO	ALTO	TIPO DE CAJA	CODIGO	PRECIO EN \$
1	2400	CAJA ESTANDAR	23.00 CM	30.00 CM	20.00 CM	ESTAN DAR	6477-C	1.50

**\*Precios no incluyen I.G.V.\***

### CONDICIONES DE VENTA

Forma de pago : FACTURA 60 DÍAS  
Tiempo de entrega : 12 Día (s)  
Tolerancia : + 10 % dependiendo del tamaño y la cantidad  
Observación :  
Validez de Oferta : 30 días

Atentamente,

**CARTONES DEL PACIFICO SAC**

Oscar Villamonte P.  
Gerente General

Paola Nalda S.  
Gerente de Veritas

Nota: El uso de marcas, colores o logotipos en la impresión de las cajas son exclusiva responsabilidad del comprador.

## COTIZACIÓN DE PARIHUELAS



Estimada

Srta. Rossmary Centeno

Es grato dirigirme a Ud. para saludarla cordialmente y a la vez brindarle nuestra propuesta económica referente a nuestra venta de parihuelas.

Parihuelas:

Medidas: 1.00 x 1.20

Precio : \$ 10.00

\*Precio no incluye IGV

Condiciones:

- Forma de pago, al contado.
- Entrega según, orden de compra.
- incluido movilidad puesto en planta.

Considero que con esta propuesta, cubra sus expectativas.

Agradezco su cordial atención.

Atentamente.

Haydée Gianotti Flores  
Gerente General



## COTIZACIÓN DE MAQUILA



Estimada

Srta. Rossmary Centeno

Por medio de la presente, nos es grato saludarla y a la vez brindarle nuestra cotización sobre la fabricación de mermeladas de MANGO-MARACUYA endulzado con estevia. A continuación se detalla la cotización:

ITEM	PRODUCTO	PRECIO POR LITRO EN \$
1	MARACUYA	0.45
2	MANGO	0.35
3	ESTEVIA	0.035
4	Pectina ( E-440)	0.045
5	Ácido Cítrico (E-330)	0.055
6	CMC (E-466)	0.028
7	Sorbato de Potasio como preservante ( E-202)	0.036
8	GAS	0.018
9	ELECTRICIDAD	0.045
10	AGUA	0.025
11	ALMACENAMIENTO	0.015
12	DETERGENTE	0.002
13	HERRAMIENTAS DE LIMPIEZA	0.001
14	MAQUINARIA, EQUIPOS Y ANALISIS	0.017
15	ENVASADO	0.5
16	MANO DE OBRA	0.2
TOTAL		1.822

Precio incluye IGV

### CONDICIONES DE VENTA

Forma de pago : 30 días

Tiempo de entrega : Según producción (25 días)

Lugar de entrega : Planta de Producción

Atentamente,

Carla Paredes

Ejecutiva Comercial