



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

**EXPORTACIÓN DE FIDEOS DE QUINUA AL MERCADO DE
CELÍACOS EN NEW YORK, ESTADOS UNIDOS**

PRESENTADA POR

KATHERINE CECILIA CALDERÓN MONGE

PLAN DE NEGOCIOS

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

LIMA – PERÚ

2017



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

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

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

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

INTERNACIONALES

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**EXPORTACIÓN DE FIDEOS DE QUINUA AL MERCADO DE CELIACOS EN NEW
YORK, ESTADOS UNIDOS**

PARA OPTAR POR

**EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES.**

PRESENTADO POR

CALDERÓN MONGE KATHERINE CECILIA

Lima- Perú

2017

AGRADECIMIENTO

A Dios, por estar siempre presente en mi vida, por hacerme perseverante y guiarme para lograr mis objetivos.

A mis abuelos Benjamín y Guillermina, gracias por haberme dado tanto, por apoyarme en cada paso siempre y por ser los pilares más importantes de mi vida.

DEDICATORIA

A mis abuelos Benjamín y Guillermina, por su infinito amor hacia mí, esta investigación es íntegramente dedicada a ustedes.

A mi madre Patricia, por apoyarme en cada decisión y darme aliento para seguir adelante.

A mi abuelita Elena, por ser ese ángel que siempre me protege.

A mis hermanos, para que puedan seguir mi ejemplo y nunca pierdan de vista sus objetivos.

ÌNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	1
1. ESTRUCTURA DEL PLAN.....	3
2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	3
2.1 Nombre o razón social	3
2.1.1 Búsqueda del nombre en Registros Públicos	3
2.1.2 Reserva del nombre en registros públicos	3
2.2 Actividad económica o codificación internacional	3
2.3 Ubicación y factibilidad municipal sectorial.....	4
2.4 Objetivos de la empresa, principios de la empresa en marcha	7
2.4.1 Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas – FODA	7
2.4.2 Objetivos de la empresa	8
2.4.2.1 Objetivos generales.....	8
2.4.2.2 Objetivos específicos	8
2.4.3 Misión	9
2.4.4 Visión	9
2.4.5 Valores	9
2.5 Ley de Mypes, micro y pequeña empresa	11
2.6 Estructura orgánica	12
2.7 Cuadro de asignación de personal	16
2.8 Forma jurídica empresarial	16
2.8.1 Procedimiento a seguir para realizar la constitución de la empresa	17
2.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI	18
2.10 Requisitos y trámites municipales.....	20
2.10.1 Derecho de inspección.....	21
2.11 Régimen tributario procedimiento desde la obtención del RUC y modalidades	22
2.11.1 Obtención del RUC.....	22
2.11.2 Impuesto a la Renta	22
2.12 Registro de Planillas Electrónica (PLAME).....	24
2.13 Régimen Laboral Especial y General laboral.....	25
2.14 Modalidad de contratos laborales.....	27

2.15	Contratos comerciales y Responsabilidad civil de accionistas	31
3.	PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL	33
3.1	Descripción del producto	33
3.1.1	Clasificación arancelaria	34
3.1.2	Propuesta de valor	35
3.1.3	Ficha técnica comercial	37
3.2	Investigación de mercado objetivo	39
3.2.1	Segmentación de mercado objetivo.....	41
3.2.1.1	Macro segmentación del mercado objetivo	43
3.2.1.2	Micro segmentación	45
3.2.2	Tendencias de consumo	50
3.3	Análisis de la oferta y demanda	53
3.3.1	Análisis de la oferta	53
3.3.2	Análisis de la demanda	56
3.4	Estrategias de ventas y distribución	59
3.4.1	Estrategias de segmentación	59
3.4.2	Estrategias de posicionamiento.	62
3.4.3	Estrategias de ingreso al mercado objetivo	62
3.4.4	Estrategias de distribución comercial	63
3.5	Estrategias de promoción.....	65
3.5.1	Establecer mecanismos adecuados de promoción.....	65
3.5.2	Propuesta de valor con uso de e-commerce.....	66
4.	PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL....	67
4.1	Envases, empaques y embalajes	67
4.2	Diseño del rotulado y marcado.....	69
4.2.1	Diseño de rotulado.....	69
4.2.2	Diseño de marcado.....	74
4.3	Unitarización y cubicaje de la carga.....	75
4.4	Cadena de DFI de exportación.....	78
4.4.1	Determinación de requerimiento de insumos e infraestructura.....	78
4.4.2	Estableces estrategias de suministros	80

4.4.3	Determinación del operador logístico	89
5.	PLAN DE COMERCIO EXTERIOR	91
5.1	Fijación de precios.....	91
5.1.1	Método de fijación.....	91
5.1.2	Cotización internacional.....	97
5.2	Contrato de exportaciones.....	98
5.2.1	Contrato de compra venta internacional.....	98
5.2.2	Negociación de condiciones de compra venta.....	99
5.2.3	Elaboración de contrato adecuado al plan de negocios.....	99
5.3	Elección y aplicación del INCOTERM.....	104
5.4	Determinación del medio de pago.....	105
5.4.1	Créditos documentarios.....	106
5.5	Elección del régimen de exportación.....	107
5.6	Gestión de despacho de aduanas.....	107
5.7	Flujograma de exportación.....	109
5.8	Flujograma de comercio exterior	110
6.	PLAN ECONOMICO FINANCIERO.....	111
6.1	Inversión fija.....	111
6.1.1	Activos tangibles	111
6.1.2	Activos intangibles.....	111
6.2	Capital de trabajo.....	112
6.3	Inversión total.....	113
6.4	Estructura de inversión y financiamiento.....	114
6.5	Fuentes financieras y condiciones de crédito.....	116
6.6	Presupuestos de costos.....	118
6.7	Punto de equilibrio.....	121
6.8	Tributación de la exportación.....	124
6.9	Presupuesto de ingresos.....	124
6.10	Presupuesto de egresos.....	125
6.11	Flujo de caja proyectado.....	127
6.11.1	Flujo de caja económico.....	128

6.12	Estado de ganancias y pérdidas.....	129
6.13	Evaluación de la inversión.....	130
6.13.1	Evaluación económica.....	130
6.13.2	Evaluación financiera.....	131
6.13.3	Evaluación social.....	132
6.13.4	Evaluación ambiental	132
6.14	Evaluación de costo de oportunidad de trabajo.....	133
6.15	Cuadro de riesgo de tipo de cambio	135
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES...	138
7.1	Conclusiones	138
7.2	Recomendaciones.....	140
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	141
	ANEXO 1.....	143
	ANEXO 2.....	146

INDICE DE TABLA

Tabla 1: CIIU para la comercialización de fideos de quinua.....	4
Tabla N°2: Distritos de ubicación del negocio.....	5
Tabla N°3: Método de factores ponderados para la localización del negocio.....	5
Tabla N°4: Matriz FODA	7
Tabla N°5: Asignación de Personal en Soles.....	16
Tabla N°6: Aporte de accionistas.....	17
Tabla N°7: Búsqueda fonética.....	19
Tabla N°8: Búsqueda figurativa.....	19
Tabla 9: Requisitos de marca y signos distintivos.....	20
Tabla 10: Pago de tasas para la obtención de licencia municipal.....	21
Tabla 11: Comparación de derechos entre Micro y Pequeña empresa.....	26
Tabla 12: Partida arancelaria de los fideos de quinua	34
Tabla 13: Ficha técnica del producto.....	37
Tabla 14: Principales Países Importadores de la partida 1902190000.....	39
Tabla 15: Exportaciones peruanas a nivel mundial partida 1902190000.....	40
Tabla 16: Criterios de selección de mercado.....	41
Tabla 17: Criterios para seleccionar el mercado destino.....	42
Tabla 18: Información Comercial Perú – EEUU.....	45
Tabla 19: Población de las principales áreas metropolitanas.....	45
Tabla 20: Población de las principales ciudades de EEUU.....	46
Tabla 21: Medición de mercado Objetivo.....	48
Tabla 22: Demanda total del producto.....	49
Tabla 23: Distribuidores de alimentos en New York, Estados Unidos.....	50
Tabla 24: Principales países exportadores de la PA 190219.....	53
Tabla 25: Principales países exportadores de la PA 1902190000.....	54
Tabla 26: Principales destinos de las exportaciones peruanas.....	54
Tabla 27: Principales destinos de las exportaciones peruanas de la partida 1902190000.....	55
Tabla 28: Principales empresas peruanas exportadoras de la partida 1902190000.....	56

Tabla 29: Demanda de New York del 2012 al 2016 del producto.....	56
Tabla 30: Métodos de mínimos cuadrados.....	57
Tabla 31: Demanda proyectada del mercado en toneladas.....	57
Tabla 32: Proyección de las exportaciones de la empresa (expresada en Kg.).....	58
Tabla 33: Segmento meta.....	59
Tabla 34: Matriz Tipología del Producto.....	60
Tabla 35: Principales ferias	65
Tabla 36: Unitarización y cubicaje de la caja.....	76
Tabla 37: Proveedores de ANDEAN GRAIN SAC.....	78
Tabla 38: Criterios para selección de Proveedores de Materia prima	80
Tabla 39: Selección de proveedor de Materia Prima	80
Tabla 40: Criterios de selección para escoger al operador logístico.....	89
Tabla 41: Selección de operador Logístico	90
Tabla 42: Cuantificación de la demora	90
Tabla 43: Principales precios a nivel mundial de la partida 190219.....	92
Tabla 44: Principales precio de las exportaciones peruanas de la partida 1902190000.....	93
Tabla 45: Principales precios de empresa peruana que exportan en la partida	93
Tabla 46: Costo producto tercerizado	93
Tabla 47: Costos de exportación	94
Tabla 48: Gasto de personal	94
Tabla 49: Gastos fijos	95
Tabla 50: Gastos administrativos.....	95
Tabla 51: Gastos de Marketing.....	95
Tabla 52: Costos fijos.....	96
Tabla 53: Costos variables.....	96
Tabla 54: Costos Totales	97
Tabla 55: Estructura de precio	97
Tabla 56: Modelo de cotización.....	98
Tabla 57: Activos tangibles	111
Tabla 58: Activos intangibles	111

Tabla 59: Capital de trabajo.....	112
Tabla 60: Inversión Total	113
Tabla 61: Estructura de financiamiento de la inversión	114
Tabla 62: Flujo de caja de deuda	115
Tabla 63: Créditos bancarios- Capital de trabajo para microempresas	116
Tabla 64: Créditos bancarios- Capital de trabajo para microempresas.....	117
Tabla 65: Condiciones de crédito	118
Tabla 66: Costos de producto tercerizado	118
Tabla 67: Costos de exportación	119
Tabla 68: Materiales indirectos	119
Tabla 69: Gastos del personal	120
Tabla 70: Gastos fijos	120
Tabla 71: Gastos administrativos.....	120
Tabla 72: Gastos de ventas	121
Tabla 73: Costos fijos	121
Tabla 74: Costos variables	122
Tabla 75: Costos totales	122
Tabla 76: Estructura de precio	122
Tabla 77: Ventas en los próximos años.....	124
Tabla 78: Saldo a favor del exportador	125
Tabla 79: Presupuesto proyectado de costos de producto tercerizado	125
Tabla 80: Presupuesto proyectado de costos de exportación	126
Tabla 81: Presupuesto proyectado de materiales indirectos	126
Tabla 82: Presupuesto proyectado de gastos de personal	126
Tabla 83: Presupuesto proyectado de gastos fijos	126
Tabla 84: Presupuesto proyectado de gastos administrativos	127
Tabla 85: Presupuesto proyectado de gastos ventas	127
Tabla 86: Flujo de caja económico	128
Tabla 87: Flujo de caja financiero	128
Tabla 88: Estado de ganancias y pérdidas en dólares.....	129
Tabla 89: Estado de ganancias y pérdidas en soles.....	130

Tabla 90: Resultados económicos	130
Tabla 91: Periodo de recuperación económica.....	131
Tabla 92: Resultados financieros	131
Tabla 93: Periodo de recuperación financiera	132
Tabla 94: Aporte propio	133
Tabla 95: Márgenes de ganancia por actividad económica	134
Tabla 96: Opciones de rentabilidad	134
Tabla 97: Análisis de sensibilidad con tipo de cambio	136
Tabla 98: Análisis de sensibilidad por costo de oportunidad	136
Tabla 99: Análisis de sensibilidad por costo promedio ponderado de capital	137
Tabla 100: Análisis de sensibilidad por precio de venta	137

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Ubicación de la Oficina.....	6
Figura 2: Valores de la empresa Andean Grain SA.C.....	10
Figura 3: Objetivos principales de la Ley N° 30056.....	11
Figura 4: Ley MIMYPE 30015	12
Figura 5: Organigrama de la empresa Andean Grain S.A.C.....	12
Figura 6: Componentes de la planilla electrónica	25
Figura 7: Modalidades de Contrato	27
Figura 8: Tipos de contratos.....	31
Figura 9: Fideos de quinua.....	34
Figura 10: Cadena de Valor Porter.....	35
Figura 11: Proyección lineal.....	58
Figura 12: Estrategia de Segmentación de Kotler.	60
Figura 13: Estrategias de segmentación.	61
Figura 14: Canal de distribución.....	63
Figura 15: Medidas del envase.....	67
Figura 16: Medida de caja de cartón.....	68
Figura 17: Procedimiento de embalaje.....	68
Figura 18: Medida de pallet.....	69
Figura 19: Modelo de rotulado del producto Perú.....	70
Figura 20: Modelo de rotulado del producto EEUU	70
Figura 21: Diseño de rotulado.....	73
Figura 22: Diseño de marcado	74
Figura 23: Pallets americano 100 cm x 120 cm	76
Figura 24: Cadena de producción de fideos de quinua.....	79
Figura 25: Acuerdos Molinera Inca S.A.....	81
Figura 26: Señalización de la oficina administrativa de la empresa ANDEAN GRAIN SAC.....	83
Figura 27: Layout de la empresa ANDEAN GRAIN SAC.....	83
Figura 28: Proceso productivo.....	84
Figura 29: Flujograma carta de crédito.....	106
Figura 30: Flujograma de exportación.....	109
Figura 31: Flujograma de exportación Definitiva.....	110

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de exportación tiene como finalidad determinar la viabilidad económica para las operaciones de comercialización y exportación de fideos de quinua para las personas celiacas dirigido al mercado de New York, Estados Unidos. La metodología a emplear para el desarrollo de este plan de exportación es la investigación de las fuentes y entidades involucradas directa o indirectamente con el producto, procesos, requisitos legales y de exportación.

El plan de exportación se ha estructurado de la siguiente manera: En el primer capítulo se describe de forma resumida la estructura de todo el plan. El segundo capítulo corresponde a la organización y aspectos legales, en él se describe a la organización en sí, la administración y los aspectos legales propios de cada empresa.

El tercer capítulo corresponde al plan de marketing internacional, en el cual se consideran aspectos de oferta y demanda internacional de los fideos, asimismo se presenta un análisis de las exportaciones peruanas y el entorno competitivo para elección del mercado objetivo, el mercado destino en donde se comercializarán los fideos de quinua será en Nueva York, Estados Unidos, para lo cual además de analizar la oferta, demanda y fijación de precios, se realizaron estrategias de venta, distribución y promoción.

El cuarto capítulo contiene el plan de comercio exterior, el cual abarca el contrato de exportaciones, se elige y se aplica el Incoterm 2010, se determina el medio de pago, los requisitos de exportación y normativa legal aplicable.

El quinto capítulo corresponde al plan de logística internacional, en el cual se describe el empaque que tendrá el producto, características técnicas, diseño de rotulado a aplicar, la unitarización y

cubicaje de la carga, medio de transporte a utilizar y descripción de la DFI según incoterm elegido.

El sexto módulo, abarca el plan económico y financiero, análisis de inversión y financiamiento incluye inversión total en activos fijos, intangibles, variables alineadas con este tipo de empresa y el capital de trabajo, tanto propio como el financiado los cuales son requeridos para poner en marcha el negocio, también se determinan los ingresos y egresos, estados de ganancias y pérdidas, flujos de caja económico y financiero, además se presenta la evaluación de la inversión económica y financiera, evaluación social e impacto ambiental.

1. ESTRUCTURA DEL PLAN

El presente plan demuestra la viabilidad de la empresa Andean Grain SA.C. Que se encargará de la comercialización y exportación de fideos de quinua. El presente plan está compuesto por organización y aspectos legales, plan de marketing internacional, plan de logística internacional y plan económico financiero.

2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1 Nombre o razón social:

La razón social se denominará Andean Grain SA.C. El nombre comercial será “Quinoa Mix”, ya que en un futuro se piensa ofrecer distintas clases de productos que contengan quinua, tales como galletas, hamburguesas entre otros.

2.1.1 Búsqueda del nombre en Registros Públicos:

Con el fin de evitar que exista una empresa con un nombre idéntico, se realizó la búsqueda en los sistemas de SUNARP.

2.1.2 Reserva del nombre en Registros Públicos:

Se debe generar la reserva de nuestra razón social para que otra empresa no pueda tomar el nombre que deseamos, esta reserva tendrá un plazo efectivo de 30 días, el monto a pagar por este trámite es S/20.00.

2.2 Actividad económica o codificación internacional

Como proyección a futuro y estimando que el producto tenga gran demanda se tiene pensado tener una planta propia para elaborar este producto y ya no tercerizar la producción y con el fin de evitar sobre costos se tomarán en cuenta dos CIU, comercialización y elaboración de alimentos.

Tabla 1: CIU para la comercialización de fideos de quinua.

Sección	G	Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas
División	46	Comercio al por mayor, excepto de los vehículos de motor y motocicletas.
Grupo	463	Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco.
Clase	4630	Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco.
Sección	C	Industrias Manufactureras
División	10	Elaboración de productos alimenticios.
Grupo	107	Elaboración de macarrones, fideos y productos farináceos similares.
Clase	1074	Elaboración de macarrones, fideos y productos farináceos similares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017)

Elaboración: Propia

Se eligió dos CIUS por si en el futuro la empresa llega a tener una gran demanda así tener la opción de tener una planta propia ya no tercerizar, es por este motivo que se está tomando también el CIU de elaboración de fideos.

2.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

Para iniciar las actividades del negocio es importante realizar una buena elección de la ubicación del local, esta evaluación es de gran relevancia ya que compromete a la empresa durante un largo periodo de tiempo, asimismo, se relaciona con la competitividad y eficiencia del desarrollo de operaciones.

Por lo cual, se realizó un análisis de la ubicación del negocio en función al método cuantitativo de evaluación:

Tabla N°2: Distritos de ubicación del negocio:

Opción	Distrito
A	San Martín de Porres
B	Ventanilla
C	Callao

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar en la Tabla N°2 se han identificado 3 locales, los cuales están ubicados en diferentes distritos, estos son San Martín de Porres, Ventanilla y Callao, se han identificado factores de evaluación, los cuales tienen una relación directa con el establecimiento del negocio. Los 3 posibles locales tienen proximidad a proveedores y cercanía al puerto, proximidad a servicios, costo de alquiler del local y seguridad.

Tabla N°3: Método de factores ponderados para la localización del negocio:

Factores	Peso	Calificaciones		
	Relativo	A	B	C
Cercanía al Puerto	0.25	3	3.5	4
Proximidad a proveedores	0.25	2	3	4
Costos de alquiler de local	0.15	3.5	4	3
Proximidad a servicios	0.20	3	3	4
Seguridad	0.15	2	2.5	3
Total	1	2.7	3.2	3.6

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla N°3, se colocó un peso relativo a cada uno de los factores seleccionados para la elección de nuestro local, en función a escalas de calificación se ponderó cada uno de los posibles locales, por lo que los resultados fueron los siguientes: San Martín de Porres obtuvo 2.70 puntos, Ventanilla obtuvo 3.2 puntos y Callao obtuvo 3.60, con lo cual este último como obtuvo una puntuación mayor se decidió ubicar el negocio en este distrito.

La ubicación del presente negocio estará en el Callao ya que es el distrito más cercano al Puerto del Callao, por lo que el envío de los fideos de quinua se realizará vía marítima.

A continuación, se detalla la ubicación del local administrativo y comercial:

Ubicación: Departamento de Lima. Dirección: Av. Oscar Benavides (Ex colonial) 4531. Callao

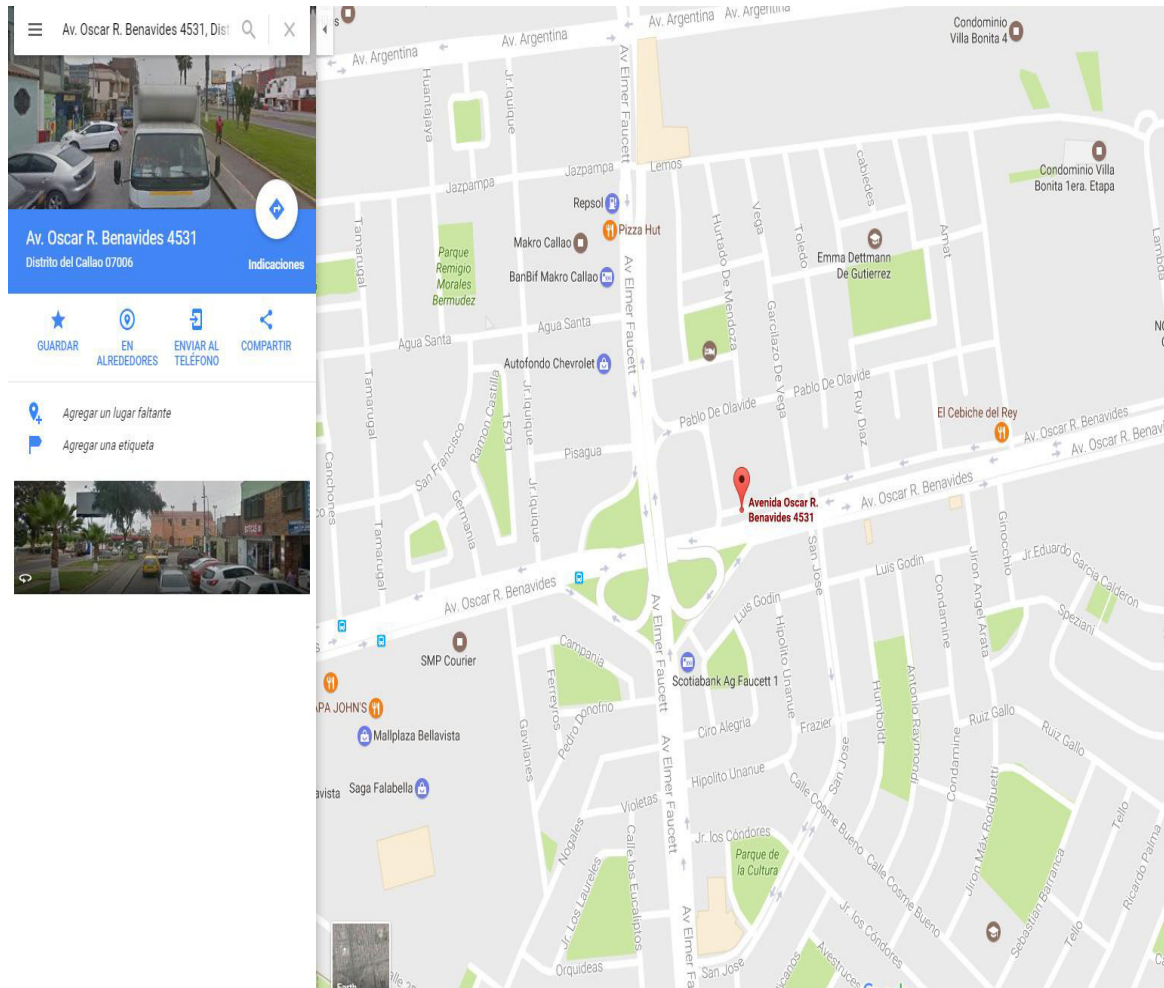


Figura 1: Ubicación de la Oficina
Fuente: Google Maps (2017)

2.4 Objetivos de la empresa, principios de la empresa en marcha

2.4.1 Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas – FODA

Tabla N°4: Matriz FODA

<p>Factores Internos</p> <p>Factores Externos</p>	<p>Fortalezas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Buena relación con proveedores. 2. Conocimiento de precios de la competencia 3. Buen equipo de trabajo. 4. Conocimiento del proceso de exportación. 5. Producto libre de gluten, 100% natural, vegano y sin colesterol. 	<p>Debilidad</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de infraestructura. 2. No tenemos historial crediticio. 3. Empresa nueva en el mercado. 4. Producto nuevo para el mercado destino.
<p>Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Incremento de la demanda potencial de productos en la ciudad de New York. 2. Aumento de la población consumidora de productos saludables y expansión de línea de productos ofrecidos. 3. Este producto cuenta con 0% de ad valorem. 	<p>Estrategias FO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Se aprovechará la gran capacidad de abastecimiento de los proveedores para satisfacer la demanda creciente del producto. 2. Diversificar distribuidores con precios competitivos. 3. Contar con variedad de proveedores y utilizarlos en caso de contingencia y de esta manera siempre tener abastecido la demanda y 	<p>Estrategias DO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Se aprovechará el aumento de la demanda de productos saludables para dar a conocer nuestro producto y así poder agrandar nuestro mercado objetivo. 2. Lograr incrementar anualmente las exportaciones para abastecer al mercado objetivo. 3. Tercerizar servicios para la comercialización del producto.

	lograr satisfacer al mercado destino.	
Amenazas 1. Competidores con más experiencia y prestigio. 2. Desconfianza y no aceptación del producto de la nueva empresa.	Estrategias FA 1. Brindar capacitación continua de los procesos de la empresa. 2. Ofrecer un producto de calidad.	Estrategias DA 1. Participación de ferias internacionales para dar a conocer mejor el producto al público. 2. Invertir en publicidad y marketing para lograr el posicionamiento del producto.

Fuente: Elaboración Propia.

2.4.2 Objetivos de la empresa

2.4.2.1 Objetivos generales

Determinar la viabilidad económica para las operaciones de comercialización y exportación de fideos de quinua al mercado de Estados Unidos.

2.4.2.2 Objetivos específicos

- Lograr ser una empresa reconocida por brindar un producto nutritivo, 100% natural y sin colesterol para el año 2022.
- Incrementar las ventas en 5 % en el año 2019.
- Lograr una participación en el mercado de la demanda potencial de 8% en el primer año.
- Generar rentabilidad para la empresa.
- Generar puestos de trabajo.
- Brindar productos de calidad.
- Satisfacer las necesidades de los clientes.

- Diversificar riesgos a través de la búsqueda de diferentes proveedores de materias prima y maquila.

2.4.3 Misión

Somos una empresa dedicada a la comercialización y exportación de fideos de quinua, estamos comprometidas en ofrecer productos naturales con alto valor nutricional, contamos con personal capacitado y comprometido en garantizar la más alta calidad del producto superando las expectativas de nuestro público objetivo la población celiaca de Nueva York.

2.4.4 Visión

Ser una empresa reconocida a nivel internacional por sus clientes en la exportación de fideos de quinua en el 2022, por brindar un producto nutritivo y de excelente calidad, orientado a satisfacer las demandas del mercado extranjero.

2.4.5 Valores

La empresa cuenta con los siguientes valores:



Figura 2: Valores de la empresa Andean Grain SA.C.

Fuente: Elaboración propia.

- **Originalidad:** Exportamos un producto derivado de la quinua, que es igual de nutritivo y libre de gluten, nuestro producto se distingue de los demás pues es 100% hecho de harina de quinua.
- **Calidad:** Nos aseguramos que los procesos cumplan con las normas establecidas para cumplir las expectativas de los clientes.
- **Responsabilidad:** Cumplimos con los tiempos acordados por nuestros clientes en el despacho de productos.
- **Trabajo en equipo:** Existe cooperación entre nuestros colaboradores, socios y distribuidores, con el objetivo de lograr la satisfacción del cliente con un clima laboral basado en trabajo en equipo.
- **Compromiso:** Buscamos que nuestro personal y nuestros socios claves aporten lo mejor de sí para obtener el mejor resultado posible y que esto se vea reflejado en la satisfacción del cliente, para nosotros el compromiso engloba muchos valores entre ellos la puntualidad, el respeto, la proactividad, la ayuda mutua entre otros.

2.5 Ley de Mypes, micro y Pequeña empresa

La Ley MYPE N°28015 tenía como base que el máximo de trabajadores para ser considerado micro empresa era de 1 a 10 personas y para pequeña empresa era de 1 a 100 personas la cual fue derogada y el 02 de Julio del 2013, el Estado para ayudar al desarrollo de las micros, pequeñas y medianas empresas promulgo a través del congreso la Ley N°30056, “Ley que modifica a la ley de la MYPE N°28015 y diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”.

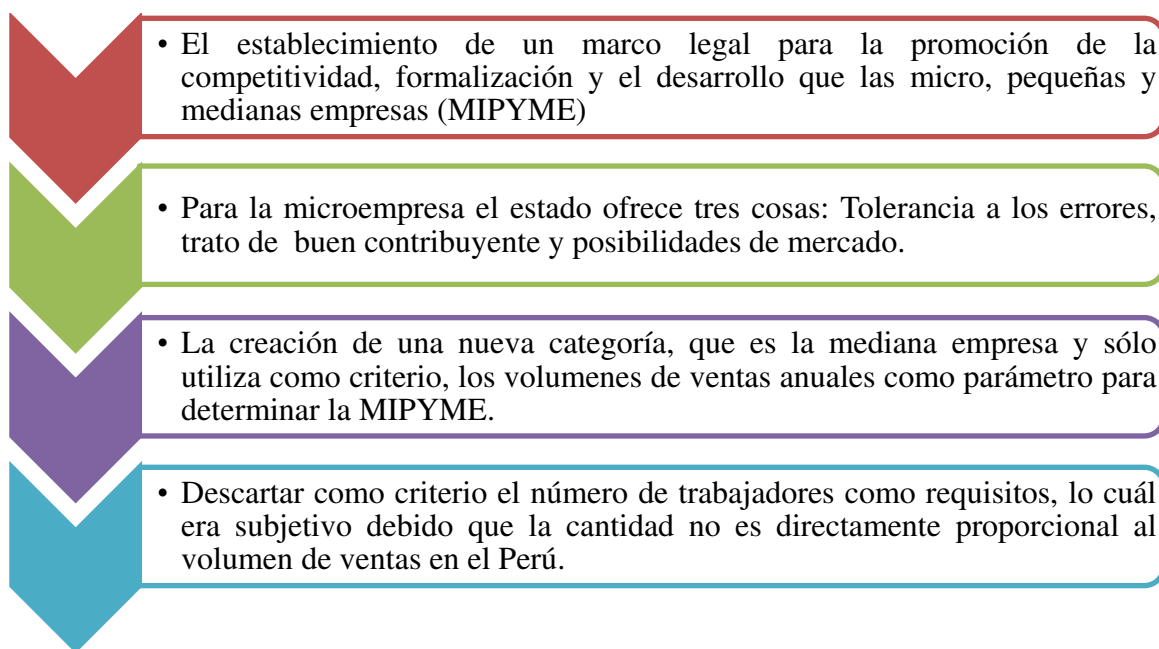


Figura 3: Objetivos principales de la Ley N° 30056.

Fuente: Elaboración propia.

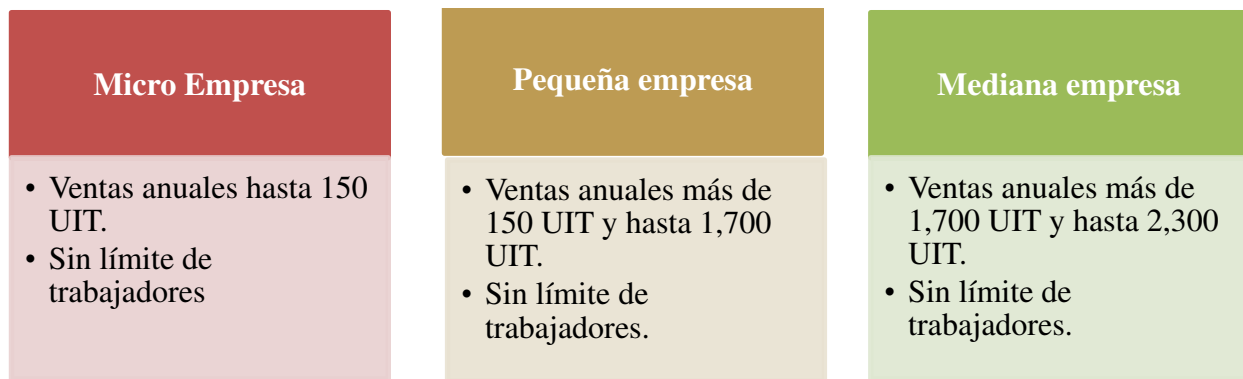


Figura 4: Ley MIMYPE 30015

Fuente: Elaboración propia.

La empresa Andean Grain S.A.C. Obtendrá por ser una Micro Empresa ya que sus ventas anuales no serán mayores a 150 UIT (S/. 607 500) los primeros años.

2.6 Estructura Orgánica



Figura 5: Organigrama de la empresa Andean Grain S.A.C

Fuente: Elaboración propia.

Cargo: Gerente General

Funciones

- Realizar las gestiones ordinarias y administrativas de la sociedad.
- Delegar total o parcialmente las facultades que se le conceden en el estatuto de la sociedad.
- Representar a la sociedad y apersonarse en su nombre y representación ante las autoridades jurídicas, administrativas, municipales, políticas y policiales en cualquier lugar de la Republica o en el extranjero.
- Diseñar e implementar planes de desarrollo, los planes de acción anual y los programas de inversión, mantenimiento y gastos.
- Determinar la inversión de fondos disponibles que no sean necesarios para las operaciones inmediatas de la sociedad.

Cargo: Contador (externo)

Funciones

- Elaborar estados financieros en fechas requeridas con información oportuna y verídica.
- Elaboración de informes de la evolución de los estados contables para la Gerencia General.
- Examinar el valor de los inventarios de mercadería y efectuar ajustes respectivos.
- Elaborar declaraciones de impuestos de ventas.
- Revisar gastos mensuales.
- Preparar y presentar declaraciones tributarias.
- Preparar informes que requiera la junta de accionistas en temas de su competencia.

Cargo: Auditor de Calidad (externo)

Funciones

- Llevar a cabo las inspecciones requeridas, pruebas o mediciones de los materiales, productos o instalaciones y comprobar si se cumplen las especificaciones.
- Observar y monitorizar las operaciones y las herramientas de producción para garantizar el cumplimiento de las especificaciones.
- Determinar la causa de los problemas o los defectos.
- Aplicar de técnicas de muestreo.
- Preparar informe de calidad para la gerencia.
- Llevar a cabo las inspecciones requeridas, pruebas o mediciones de los materiales, productos o instalaciones, y comprobar si se cumplen las especificaciones.

Cargo: Asistente de Logística y Comercio Exterior

Funciones

- Gestionar de forma óptima las compras.
- Analizar el procedimiento de distribución de las operaciones comerciales.
- Coordinar plazos de entrega, calidad y precios.
- Coordinar, gestionar y elaborar documentación de exportación.
- Optimizar costos.
- Satisfacer la demanda de los clientes internos y externos.
- Negociar tarifas de aduanas y fletes internacionales con agentes de carga y aduanas.
- Gestionar certificados fitosanitarios.
- Contratar transporte interno.

Cargo: Asistente Comercial y de Marketing

Funciones

- Gestionar y planificar presupuestos de ventas.
- Diseñar y desarrollar estrategias de ventas implementando estrategias de marketing.
- Desarrollo de productos.
- Captar nuevos clientes.
- Investigar nuevos mercados y a la competencia.

Cargo: Asistente de Administración y finanzas

Funciones

- Informar y pedir aprobación al Gerente General de la adquisición de bienes y servicios necesarios para las actividades de la empresa.
- Elaborar planilla para el pago de haberes.
- Llevar registro y control de caja chica, con los debidos soportes.
- Recibir y revisar las facturas y comprobantes de los gastos efectuados.
- Elaborar cheques y cancelar facturas a los proveedores.
- Verificar y controlar los estados financieros e información complementaria.
- Llevar el registro y control de la disponibilidad presupuestaria.

2.7 Cuadro de asignación de personal

Tabla 5: Asignación de Personal en Soles.

CARGO	SUELDO	PAGO MENSUAL	PAGO ANUAL	VACACIONES 15 DIAS	SUB TOTAL	ESSALUD 9%	TOTAL ANUAL
Gerente General	3,000	3,000	36,000	1,500	37,500	3,375	40,875
Asistente de Logística y Comercio Exterior.	1,200	1,200	14,400	600	15,000	1,350	16,350
Asistente Comercial y Marketing.	1,200	1,200	14,400	600	15,000	1,350	16,350
Asistente Administrativo y de finanzas.	1,200	1,200	14,400	600	15,000	1,350	16,350
Auditor de Calidad (Externo)	400	400	4,800	-	4,800	-	4,800
Contador (Externo)	400	400	4,800	-	4,800	-	4,800
TOTAL	7,400	7,400	84,480	3,300	87,780	7,425	99,525

Fuente: Elaboración propia.

2.8 Forma jurídica empresarial

La forma jurídica la cual elegí para este plan de negocios es la Sociedad Anónima Cerrada, ya que las características de nuestra sociedad encajan en el perfil de este tipo de empresa. Esta forma de sociedad está regulada por la Ley General de Sociedades 26887.

La empresa estará compuesta de 2 socios fundadores quienes tendrán acciones divididas con porcentajes del 70% y 30%.

Tabla 6: Aporte de accionistas

Accionista	Capital Social S/	N° de Acciones	%
Katherine Calderón M.	63,000.00	1.00	70%
Verónica Calderón Z.	27,000.00	1.00	30%
TOTAL	90,000.00		100%

Fuente: Elaboración propia.

Se tendrá una Junta General de Accionistas el cuál es el órgano supremo de nuestra sociedad y está compuesta por 2 socios. Se elegirá a un Gerente General el cual estará a cargo de convocar la Junta General de Accionistas y es en quién recae la representación legal de la empresa. Se perfeccionará la sociedad con la escritura pública ante un notario, con la presentación de la minuta.

En la sociedad anónima la responsabilidad de los socios o accionistas está limitada al valor nominal de las acciones que hayan suscrito. El accionista arriesga en el peor de los casos su acción, no hay responsabilidad personal del socio sino solamente responsabilidad del patrimonio social.

2.8.1 Procedimiento a seguir para la realización de la constitución de la empresa:

Según la ubicación del local comercial, el trámite se realizará en la agencia más cercana en este caso es el centro de atención al ciudadano –MAC de Lima Norte.

Se detallan los siguientes pasos a realizar:

- Búsqueda del nombre, el cual tiene un costo de 6 soles.
- Reserva del nombre con un costo de S/ 20.00
- Dos copias de DNI de cada socio.
- Descripción de la actividad económica a realizar.
- Detalle del aporte de capital de cada socio y depositarlo en el banco de la Nación.

- Se indicará la modalidad empresarial en nuestro caso es SAC.
- Derechos notariales y registrales, será de S/350.00
- Entrega de acta de constitución de la empresa, el RUC y la clave SOL, tiene un plazo de entrega de 3 a 5 días útiles.

2.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

La marca es un símbolo de identificación de cada empresa, es lo que nos distingue de nuestros competidores, la obtención de este registro da derecho para el uso de la marca de forma exclusiva. Para registrar nuestra marca Andean Grain SAC nos dirigimos a INDECOPI a la oficina de registros distintivos. El registro de la marca es otorgado por 10 años los cuales pueden ser renovados por el mismo periodo de tiempo.

Antes de solicitar la marca se deberá hacer una búsqueda previa para ver si no hay una marca similar o idéntica, se evaluará los antecedentes gráficos y fonéticos con el propósito de saber si hay alguna marca previamente registrada en INDECOPI.

Los requisitos para obtener el registro de la marca son:

Presentar 3 ejemplares del formato de solicitud correspondiente. Se debe indicar los datos de identificación del solicitante el cuál debe incluir el domicilio para que sea notificado.

En caso de contar con un representante, se deberá indicar sus datos de identificación y su domicilio será considerado para efectos de las notificaciones.

Se debe adjuntar los poderes correspondientes:

- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar, si este posee elementos gráficos se deberá adjuntar su reproducción, son 3 copias de 5cm de largo y 5 cm de ancho a colores.

- Determinar expresamente cuáles son los productos, servicios o actividades económicas que se desea registrar, así como la clase o clases a las que pertenecen (Clasificación de Niza)

Se detalla a continuación los costos y requisitos de la marca:

Tabla 7: Búsqueda fonética

Costos	Requisitos
Una clase S/ 30.99	1. El nombre o razón social del solicitante y su número de DNI o RUC, según corresponda.
Todas las clases (45) S/ 110.51	2. Los datos del titular, del signo distintivo materia de la búsqueda y clase de la clasificación internacional en los que se encuentren los productos o servicios que desea se realice la indagación.
	3. Presentar el pago de la tasa según corresponda.

Fuente: Indecopi (2017)

Elaboración: Propia.

Tabla 8: Búsqueda figurativa

Costos	Requisitos
Una clase S/ 38.46	1. El nombre o razón social del solicitante y su número de DNI o RUC, según corresponda.
Clase adicional a partir de 6 clases S/12.11	2. Los datos del titular, del signo distintivo materia de la búsqueda y clase de la clasificación internacional en los que se encuentren los productos o servicios que desea se realice la indagación.
	3. Presentar el pago de la tasa según corresponda.

Fuente: Indecopi (2017)

Elaboración: Propia

Tabla 9: Requisitos de marca y signos distintivos

Costos	Requisitos
S/ 534.99	<ol style="list-style-type: none">1. Presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente, en el que se indiquen los datos de identificación del solicitante.2. Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite.3. Requisitos adicionales de acuerdo a cada caso: https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos#nombre

Fuente: Indecopi (2017)

Elaboración: Propia

2.10 Requisitos y trámites municipales

La licencia de funcionamiento es otorgada por la municipalidad distrital como autorización para realizar actividades comerciales.

Se solicitará la licencia de funcionamiento a la Municipalidad del Callao. La empresa contará con la licencia de funcionamiento de la municipalidad ya citada, para lo cual es necesario cumplir con los requisitos solicitados para la obtención del certificado de autorización municipal de funcionamiento definitiva.

Requisitos para obtener licencia de funcionamiento indeterminada:

1. Formulario único de trámite FUT.
2. Declaración jurada de observancia de defensa civil (Hasta 500 Mts²)
3. Copia fedateada de la Vigencia Poder del representante legal.
4. Copia simple de la autorización sectorial.

5. Pago de tasa de licencia, que según área corresponde a S/ 656.00 al tratarse de un establecimiento de comercio.

Tabla 10: Pago de tasas para la obtención de licencia municipal

Procedimiento	Local comercial y servicios		Local industrial	
	% UIT	S/	% UIT	S/
Hasta 50 mts²	11.883	427.81	13.770	495.75
Hasta 100 mts²	17.00	612.12	18.893	680.15
Hasta 500 mts²	18.23	656.29	20.118	724.26
Mayores a 500 mts²	15.12	544.27	17.004	612.17

Fuente: Municipalidad del Callao

Elaboración Propia

- Certificado de Inspección de Defensa Civil

Todo inmueble público donde transcurran personas, deberá pasar por la inspección de defensa Civil para obtener el certificado de Defensa Civil, el derecho del trámite tiene un costo del 3.75% UIT = S/ 151.88

La inspección básica Ex Ante se ejecuta como parte del procedimiento para la obtención de la licencia de funcionamiento, los requisitos son los siguientes:

2.10.1 Derecho de Inspección

Declaración jurada de observancia de condiciones de seguridad, según formato aprobado con nuevo reglamento de ITSDC.

Copia de la cartilla de seguridad y/o Plan de seguridad de defensa civil (incluyendo plano de señalización y evacuación).

Copia del DNI del titular o carta poder simple del propietario al representante legal con copia de DNI.

La vigencia tiene plazo de 2 años, la cual debe renovarse antes de su vencimiento.

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

2.11.1 Obtención del RUC

El representante legal el cual es el facultado para hacer estos trámites, se acercara a un Centro de Servicios al Contribuyente cercano dependencia de la SUNAT, para lo cual tendrá que entregar lo siguiente:

- Original y fotocopia de su DNI el cuál debe está vigente.
- Original y copia del documento que sustenta su domicilio fiscal con una antigüedad no mayor a 2 meses, según haya marcado cuando realizo su inscripción por Internet (Recibo de agua, recibo de luz, recibo de cable, contrato de alquiler, etc.) o cualquiera de ellos si no marco alguno.
- Copia de la minuta de inscripción en la notaria o escritura.

El trámite es personal, pero si la persona que activará el RUC es un tercero deberá portar el original de su DNI con una copia y una carta poder legalizada notarialmente.

Para activar el RUC se requiere el código del usuario y su clave de acceso (Clave SOL), la cual le permitirá realizar diversos trámites a través de internet, tales como pagar y presentar sus declaraciones, solicitar autorización de impresión de comprobantes de pago a través de imprentas conectadas con este sistema.

En cuanto a materia tributaria nuestra empresa estará sujeta a los siguientes tributos:

2.11.2 Impuestos a la Renta (IR)

El impuesto a la renta es un régimen tributario que se aplica a la 3era categoría. El Impuesto a la Renta de Tercera Categoría grava la renta obtenida por la realización de actividades empresariales que desarrollan las personas naturales y jurídicas. Generalmente, estas rentas se producen por la

participación conjunta de la inversión del capital y el trabajo. Actualmente el impuesto a la renta es de 29.5% sobre la renta neta imponible.

Se debe solicitar autorización para poder emitir facturas, boletas, recibos por honorarios para los accionistas, cada vez que se compre algún bien o solicitemos un servicio que nos genere renta, que nos permita sustentar gasto y/o costo en materia tributaria. Se deberá emitir facturas a los clientes que tengan RUC y emitir guías de remisión para sustentar los traslados de mercadería. Los clientes deberán hacer anticipos mensuales de este impuesto.

De acuerdo a los pronósticos que se han realizado sobre los ingresos, los ingresos anuales en el año 1 no superan los S/. 525 000, asimismo se tomará en cuenta lo siguiente:

-El valor de los activos fijos afectados a la actividad exceptuando predios y vehículos no superaran los S/ 126 000

-El personal afectado a la actividad no excede a 10 personas por turno de trabajo.

Impuesto General a las Ventas (IGV)

Más conocido como IGV, es el tributo que se paga por las ventas o servicios que se realiza en el país. Este impuesto grava también las importaciones, la prestación o utilización de servicios prestados en el país o los contratos de construcción.

En el Perú la tasa correspondiente actualmente del IGV es el 18% aplicado al total de las ventas que incluye el 2% correspondiente al Impuesto de promoción municipal.

El IGV a pagar se determina cada mes aplicando 18% (incluye el 2% del impuesto de promoción municipal) sobre el total de las ventas, se resta a este importe el crédito fiscal que se origina por el

IGV consignado en las facturas de todas las compras realizadas y anotadas en el mismo mes en el registro de compras, vinculadas a las actividades de la empresa.

Solamente grava el valor agregado en cada periodo del proceso de producción y circulación de servicios y bienes, de esta forma se permite la deducción del impuesto que se ha pagado en el anterior periodo, cosa que se denomina crédito fiscal.

La empresa se acogerá al Régimen Especial a la Renta (RER) ya que no supera los S/ 525 000 al año y los activos fijos no superan S/ 126 000, además de ellos el impuesto a la renta es de 1.5% de los ingresos netos.

2.12 Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

Este es un documento llevado a través de los medios informáticos desarrollados por la SUNAT, en el que se encuentra la información de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.

A partir del 01.08.2011 la Planilla electrónica tiene dos componentes que son el Registro de Información Laboral (T-Registro) y la Planilla Mensual de Pagos (PLAME).

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

Figura 6: Componentes de la planilla electrónica.

Fuente: SUNAT

2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral

Nuestra empresa se acogerá a la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y el Acceso al empleo decente promulgado mediante el DS N°007-2008-TR.

Esta ley se refiere a las Micro y Medianas empresas, las cuales, a pesar de tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley.

Las antes mencionadas cuentan con diferencias en ventas anuales, las cuales se detallan a continuación:

Las micro empresas deben tener ventas anuales hasta por un monto de 150 UIT, para el 2017 el monto de la UIT ascendió a S/ 4050.00, por tal en este caso las ventas anuales no deben exceder los S/ 607 500 .00

Las pequeñas empresas deben tener ventas anuales hasta por un monto máximo de 1700 UIT (S/ 6 885 000. 00)

Por lo tanto, Andean Grain SAC, estará en el régimen de la micro empresa, ya que sus ventas no superaran los S/ 607 500.00 en el primer año.

Como nuestra empresa ha sido concebida como MYPE entonces nos regiremos por la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso del Empleo Decente promulgado mediante el DS N°007-2008-TR, nueva ley MYPE.

Tabla 11: Comparación de derechos entre Micro y Pequeña empresa:

MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración Mínima Vital (RMV).	Remuneración Mínima Vital (RMV).
Jornada de Trabajo de 8 horas.	Jornada de trabajo de 8 horas.
Descanso semanal y en días feriados.	Descanso semanal y en días feriados.
Remuneración por trabajo en sobretiempo.	Remuneración por trabajo en sobretiempo.
Descanso vacacional de 15 días calendarios.	Descanso vacacional de 15 días calendarios.
Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)	Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD.
Cobertura Previsional.	Cobertura Previsional.
Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración).	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración).
	Cobertura de Seguro de Vida y seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR).
	Derecho de percibir 2 gratificaciones 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.

Fuente: SUNAT
Elaboración propia.

2.14 Modalidad de Contratos Laborables

La empresa ANDEAN GRAIN SAC deberá contar con capital humano, con el cuál se pactará acuerdos mediante un contrato de trabajo voluntario entre la parte vinculadas trabajador y el empleador para intercambiar actividad subordinada por una remuneración, la cual dará inicio a la relación laboral, generando un conjunto de derechos y obligaciones para el trabajador y el empleador.

Existe clasificación de los tipos de contratos, los cuales son:

- A tiempo completo.
- Sujetos a Modalidad.
- Tiempo parcial.

Sujeto a modalidad.

Contrato de naturaleza natural.

Contrato de inicio de lanzamiento de una nueva actividad.

Figura 7: Modalidades de Contrato

Fuente: Ministerio de trabajo y promoción del empleo.

Elaboración: Propia

La modalidad de contrato que la empresa ANDEAN GRAIN SAC aplicará es la de un contrato de inicio de lanzamiento de una nueva actividad, los contratos tendrán una duración de 6 meses, los cuales serán renovados según el desempeño del trabajador.

Modelo de Contrato de trabajo de Naturaleza Temporal por Inicio de actividad

Conste por el presente documento que se extiende por triplicado, el Contrato de Trabajo por inicio o incremento de actividad, que de conformidad con lo establecido en los Arts. 57° y 72° del Texto Único Ordenado del decreto legislativo N°728 - Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR y normas complementarias, celebran de una parte como empleador ANDEAN GRAIN S.A.C. con R.U.C. N°..... y domicilio fiscal en Av. Oscar Benavides (Ex colonial) 4531. Callao, a la que se le denominará “La Empresa”, debidamente representada por la Srta. Katherine Calderón Monge con D.N.I. N° 70506787, según poder inscrito en la Partida Electrónica N° 281, del Registro de Personas Jurídicas; de la otra parte el señor de nacionalidad peruana, identificado con D.N.I. N°....., domiciliado en.....a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO: Por el presente documento “La Empresa” contrata temporalmente a “El Trabajador”, para que preste sus servicios personales en las labores propias y complementarias en razón de las causas objetivas determinantes de la contratación que se precisa en la cláusula siguiente.

SEGUNDO: Es causa objetiva determinante de la contratación, el inicio de una nueva actividad, consistente en la exportación de fideos de quinua, por lo cual la empresa requiere cubrir temporalmente las necesidades de Asistente de Administración y finanzas.

TERCERO: El plazo de duración del presente contrato es de 6 meses computado a partir del 1° de junio del 2017.

CUARTO: “El trabajador” cumplirá la siguiente jornada laboral:

De lunes a viernes de 8:00 am a 6:00 pm, dentro de la cual el trabajador hará uso de descanso por refrigerio de 01:00pm a 02:00 pm horas, período que no formará parte de la jornada laboral efectiva.

QUINTO: “El trabajador” percibirá como remuneración por los servicios que preste, en cumplimiento del presente contrato, la suma de S/ 1200.00 mensuales.

SEXTO: EL TRABAJADOR deberá cumplir con las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento interno de Trabajo (en caso cuente con uno debidamente registrado ante la AAT) y en las demás normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art. 9° del TUO DEL d. Leg. N°728.

SÈTIMO: “El trabajador” está sujeto al periodo de prueba de tres meses que establece el Art. 75° del TUO del D. Leg N° 728.

OCTAVO: Queda entendido que “La Empresa”, no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme la cláusula tercera.

A la conclusión del presente contrato “La Empresa”, abonará al “El Trabajador” en la forma establecida por ley sus derechos y beneficios sociales que le corresponden.

NOVENO: El presente contrato será presentado a la Autoridad Administrativa de Trabajo para efectos de su conocimiento y registro, tal como se establece en el Art. 73° del TUO del D. Leg. N°728 –Ley de Productividad y Competitividad Laboral.

Lima. 12 de junio del 2017

.....
LA EMPRESA

.....
EL TRABAJADOR

2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de Accionistas.

Los contratos comerciales que empleará la empresa ANDEAN GRAIN SAC se darán desde la constitución de la empresa, empleabilidad de los trabajadores, compras de insumos, trato con nuestro comprador en el país del importador y del alquiler de local.



Figura 8: Tipos de contratos.

Elaboración: Propia.

De acuerdo a la Ley General de Sociedades, Art. 51. Capital y responsabilidad de los socios. En la sociedad anónima el capital está representado por acciones nominativas y se integra por aportes de los accionistas, quienes no responden personalmente de las deudas sociales. No se admite el aporte de servicios en la sociedad anónima.

De acuerdo al Artículo 71: Responsabilidad de los fundadores

En la etapa previa a la constitución los fundadores que actúan a nombre de la sociedad o a nombre propio, pero en interés y por cuenta de ésta, son solidariamente responsables frente a aquellos con quienes hayan contratado.

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

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

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

3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1 Descripción del producto

La quinua es conocida como el grano de oro de los incas, debido a su origen andino y a sus propiedades energizantes, contiene 18 % de proteínas, es de excelente asimilación y equilibrada composición de aminoácidos, también es rico en hierro, calcio, fósforo, fibra, vitamina E y complejo B.

La quinua es el único alimento entre los cereales cuyo porcentaje de proteína es totalmente aprovechada por el cuerpo y es por eso que se le conoce como uno de los alimentos de origen vegetal más nutritivos y completos.

Las propiedades alimenticias de la quinua son tan ricas que la NASA la ha incluido en la dieta de los astronautas, es muy consumida en los países de Canadá, Japón y USA.

El producto que se exportará será fideos de quinua, los cuales pueden ser consumidos por niños y adultos y sobre todo lo deben consumir las personas celiacas, ya que es un producto libre de gluten, 100% natural, libre de transgénicos y sin grasas trans, el cual estará fabricado a base de harina de quinua.

Según la National Pasta Association (2017) los tipos de fideos que los estadounidenses más consumen son los “spaguettis”, es por eso que este tipo de fideo será el que exportaremos primero, ya que es de gran aceptación por nuestro mercado objetivo, debido a que se puede usar en cualquier salsa, o puede ser utilizado para hacer guisos o patillos sofritos.

Este es un producto nutritivo y saludable, hoy en día lo que buscan la mayoría de personas es consumir productos que ayuden a preservar su salud.



Figura 9: Fideos de quinua
Elaboración propia.

3.1.1 Clasificación arancelaria

La partida arancelaria para este producto es 1902190000

Tabla 12: Partida arancelaria de los fideos de quinua

En el Perú	
Sección IV	Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco, elaborados.
Capítulo 19	Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería.
Código	Descripción
19.02	Pastas alimenticias, incluso cocidas o rellenas (de carne u otras sustancias) o preparadas de otra forma, tales como espaguetis, fideos, macarrones, tallarines, lasañas, ñoquis, ravioles, canelones; cuscús, incluso preparado.
1902.19.00.00	Demás pastas alimenticias s/cocer, rellenar ni preparar de otra forma
En EEUU	
Partida en país destino	Pastas alimenticias sin cocer, sin rellenar ni preparadas de otro modo, que no contengan huevo, exclusivamente pasta.
1902.19.20.90	

Fuente: SUNAT / SIICEX (2017)

Elaboración Propia

3.1.2 Propuesta de valor



Figura 10: Cadena de Valor Porter

Elaboración propia.

A) Actividades primarias

- **Logística interna:** Se tendrá como proveedores a los agricultores del departamento de Puno.
- **Operaciones:** El producto será procesado y envasado por una empresa especializada la cual cumpla con los diferentes estándares de calidad, los cuales garanticen que estamos ofreciendo un buen producto de calidad a nuestros clientes.
- **Logística externa:** Nuestra empresa estará ubicada en Av. Oscar Benavides (Ex colonial) 4531. Callao, la cual por la ubicación del local comercial nos facilitará la entrega al puerto de callao para gestionar el embarque de la mercadería.
- **Marketing y ventas:** Se busca resaltar la calidad de los fideos de quinua a un precio justo para captar la atención de los clientes en el mercado objetivo de New York – EEUU.

- **Servicios:** Se ha diseñado una página web www.andeanrain.com en la cual los clientes podrán informarse acerca de nuestros productos, les brindaremos asesoría a través de un chat on line en la cual podemos despejar cualquier duda que tengan.

B) Actividades de Apoyo

- **Infraestructura de la empresa:** Las áreas de la organización (Gerencia general, operaciones, logística, comercial y administración) tendrán una oficina administrativa, equipada de tal manera que las diferentes áreas ya mencionadas puedan realizar sus labores idóneamente.
- **Recursos Humanos:** Lo principal para nosotros es que cada uno de nuestros trabajadores puedan desarrollarse como persona y también de manera profesional, para lo cual nos enfocamos en brindarle un salario justo, asimismo contamos con alianzas estratégicas con empresas de entretenimiento las cuales brindan descuentos en sus establecimientos para nuestros empleados, de tal manera que podamos tener motivado al personal y de esta manera lo impulsamos al cumplimiento de sus objetivos con la empresa.
- **Compras:** El producto a exportar son los fideos de quinua, para lo cual se tercerizará la producción con la empresa Molinera Inca S.A.

C) Valor agregado interno:

Toda la funcionalidad del producto

Es un producto compuesto en su mayoría por harina de quinua y libre de gluten, el cual representa un alimento funcional y nutritivo, la base de este producto es la quinua la cuál es rica en proteínas, hierro y magnesio, su sabor y textura son agradables.

Es un producto natural, no engorda y es de fácil digestión, además ayuda al desarrollo de las células cerebrales fortaleciendo la memoria y facilitando el aprendizaje, ideal para niños en etapa escolar, personas adultas y en especial para personas celiacas.

3.1.3 Ficha técnica comercial

Tabla 13: Ficha técnica del producto

<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">  <div style="text-align: right;"> <p>FIDEOS DE QUINUA</p> <table border="1" style="margin-left: auto;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">PARTIDA</th> <th style="text-align: left;">DESCRIPCIÓN</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: left;">1902190000</td> <td style="text-align: left;">FIDEOS DE QUINUA</td> </tr> <tr> <td style="text-align: left;">Marca:</td> <td style="text-align: left;">Quinoa Mix</td> </tr> </tbody> </table> </div> </div>	PARTIDA	DESCRIPCIÓN	1902190000	FIDEOS DE QUINUA	Marca:	Quinoa Mix
PARTIDA	DESCRIPCIÓN					
1902190000	FIDEOS DE QUINUA					
Marca:	Quinoa Mix					
<p>DESCRIPCION Producto a base de harina de quinua, libre de gluten, sin grasas trans, 100% natural, orgánico y libre de transgénicos.</p>						
<p>INFORMACIÓN NUTRICIONAL</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 80%; text-align: left;">Tamaño por porción (80g) Porciones por envase 3</th> <th style="width: 20%; text-align: center;">% Valor Diario</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="height: 40px;"> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	Tamaño por porción (80g) Porciones por envase 3	% Valor Diario				
Tamaño por porción (80g) Porciones por envase 3	% Valor Diario					

Grasa Total 0g	0%
Grasa Saturada 0%	0%
Grasa Trans	0%
Colesterol 0mg	0%
Sodio 0mg	0%
Carbohidratos totales 60g	20%
Fibra Dietaria 4g	14%
Azúcares 0g	0%
Proteína 5g	15%
Vitamina A 0% Vitamina C 0% Calcio 0% Hierro 4%	
(*) Los porcentajes de valores diarios están basados en una dieta de 2 000 calorías. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades calóricas:	
	Calorías 2000 2500
Grasa Total	Menos de 65g 80g
Grasa Saturada	Menos de 20g 25g
Colesterol	Menos de 300mg 300mg
Sodio	Menos de 2400mg 2400mg
Carbohidrato Total	300g 375g
Fibra Dietética	25g 30g
Calorías por gramo: grasa 9 Carbohidratos 4 Proteína 4	

PRESENTACIÓN

Se empaquetará en bolsa de polipropileno de baja densidad, 250g cada bolsa.

VIDA UTIL DEL PRODUCTO

1 año a partir de la fecha del empaque.

Elaboración Propia.

3.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO OBJETIVO

Para realizar la búsqueda del mercado objetivo analizaremos la partida para nuestro producto 1902190000

Tabla 14: Principales Países Importadores de la partida 1902190000

Importadores	valor importada en 2012	valor importada en 2013	valor importada en 2014	valor importada en 2015	valor importada en 2016
Mundo	3875195	4129189	4292690	4042732	3890386
Estados Unidos de América	568285	589683	631592	642452	607465
Alemania	349658	399440	412651	369259	342915
Francia	305066	322351	304418	304344	281278
Japón	284456	263460	253927	244341	251715
Canadá	147791	152108	154110	166068	147196
Corea, República de	108362	115493	123441	119259	124227
Reino Unido	111602	112399	143115	155048	119969
Hong Kong, China	77625	94436	103903	97885	94456
Australia	97997	107031	101975	91378	81779
Países Bajos	85543	100370	100227	85354	80811

*Expresados en miles de dólares americanos.

Fuente: TRADEMAP (2017)

Elaboración Propia

En la tabla 14 se observa los 10 primeros importadores del mundo con la partida arancelaria de fideos de quinua 1902190000, entre los 3 primeros países tenemos Estados Unidos, Alemania y Francia.

Tabla 15: Exportaciones peruanas a nivel mundial partida 1902190000

(Expresado en miles de dólares)

Países	Valor exportada en 2012	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014	Valor exportada en 2015	Valor exportada en 2016
Mundo	38676	39656	39000	38465	39007
Chile	17709	19876	18860	19893	21259
Haití	9689	6959	5983	5405	5159
Ecuador	5751	5375	4535	4645	3508
Bolivia, Estado Plurinacional de	1219	2407	2920	3836	2756
Panamá	1962	2159	2146	1825	2553
Estados Unidos de América	1200	1130	1461	825	1122
Nicaragua	523	686	1243	846	779
Colombia	89	553	519	121	605
El Salvador	165	145	666	573	421
Venezuela, República Bolivariana	0	0	0	0	408

Fuente: TRADEMAP (2017)

Elaboración Propia

En la tabla 15, se puede apreciar los 10 primeros países al cuál Perú exporta fideos de quinua, en primer lugar, aparece Chile, seguido por Haití y Ecuador de los cuales el primer mencionado ha tenido un incremento significativo en los años 2015 y 2016, lo cual hace suponer que en este año también crecerá en 2 puntos más.

3.2.1 Segmentación de mercado objetivo

Para realizar la búsqueda del mercado objetivo se ha elegido 3 posibles mercados como EEUU, Alemania y Francia. En base a los criterios que a continuación detallaré, luego se ponderará y se decidirá cuál será el país de destino del producto a exportar.

Tabla 16: Criterios de selección de mercado – detalle

CRITERIOS	EEUU	ALEMANIA	FRANCIA
Población 2016	323 995 528	807 227 792	62 814 233
Tasa de inflación 2016	1.30%	0.40%	0.30%
Crecimiento del PIB	1.60%	1.70%	1.30%
Riesgo país confianza	Situación económica interna: regular / Situación Política: muy estable / Situación externa: desfavorable.	Situación económica interna: favorable / Situación Política: muy estable / Situación externa: favorable.	Situación económica interna: regular / Situación Política: estable / Situación externa: regular.
Preferencias arancelarias	0%	0%	0%
Barreras no arancelarias	Alta exigencia	Alta exigencia	Alta exigencia
PIB 2016	18.56 trillón	3.98 billones	2.74 trillón
PIB PERCAPITA, PPA 2016	\$ 57 300	\$ 48 200	\$42 400
Idioma	Inglés americano	Alemán	Francés
Tasa de desempleo 2016	4.90%	4.3%	9.70%
Números de usuarios de internet	312 322 257	70 820 000	60 421 689
Estrategias de entrada	Acuerdo de Promoción comercial PERÚ –EEUU	Acuerdo Comercial Perú- Unión Europea	Acuerdo Comercial Perú- Unión Europea

Fuentes: CIA / TRADEMAP / MACMAP (2017)

Elaboración propia

Tabla 17: Criterios para seleccionar el mercado destino

CRITERIOS	Nivel de Importancia	EEUU	PUNTAJE	ALEMANIA	PUNTAJE	FRANCIA	PUNTAJE
Población 2016	10.00%	3	0.3	4	0.4	2	0.2
Tasa de inflación 2016	9.00%	2	0.18	3	0.27	4	0.36
Crecimiento del PIB	8.00%	3	0.24	4	0.32	2	0.16
Riesgo país confianza	8.00%	3	0.24	4	0.32	3	0.24
Preferencias arancelarias	7.00%	3	0.21	3	0.21	3	0.21
Barreras no arancelarias	8.00%	3	0.24	3	0.24	3	0.24
PIB 2016	9.00%	4	0.36	3	0.27	2	0.18
PIB PERCAPITA, PPA 2016	9.00%	4	0.36	3	0.27	2	0.18
Idioma	7.00%	4	0.28	3	0.21	3	0.21
Tasa de desempleo 2016	8.00%	3	0.24	2	0.16	4	0.32
Números de usuarios de internet	9.00%	4	0.36	3	0.27	3	0.27
Estrategias de entrada	8.00%	3	0.24	3	0.24	3	0.24
TOTAL	100.00%		3.25		3.18		2.81

Fuente: Trademap, CIA

Elaboración propia

En la tabla 17, del análisis realizado se puede observar que el país que obtuvo mayor puntuación fue EEUU, según los criterios empleados y considerando que los factores utilizados son relevantes en el estudio, el país destino del producto a ofrecer será EEUU.

3.2.1.1 Macro Segmentación del mercado objetivo

Información general

Según CIA (2017), Estados Unidos cuenta con 50 estados y un distrito federal. La mayor parte de la población se concentra en América del Norte donde se encuentran sus 48 estados y Washington D.C. La población estadounidense es de 323 995 528 personas, la población se distribuye por edades de la siguiente manera; 18.84% de la población tiene de 0 a 14 años, el 13.46% tiene entre 15 a 24 años, el 39.6% tiene entre 25 a 54 años, el 12.85% tiene entre 55 a 64 años y el 15.25% tiene de 65 a más años. El idioma oficial es el inglés lo cual lo hablan el 79.2% de la población, seguido por el español que lo hablan el 12.9% de la población, la religión que predomina es la protestante, seguida de la religión católica y de los mormones.

Según PROMPERU (2015) El mercado estadounidense es el más importante de América Latina, debido a que es el segundo importador de alimentos a nivel mundial, cuenta con una de las economías más grandes del mundo lo cual lo hace un mercado atractivo para el intercambio comercial de alimentos con nuestro país.

En las últimas décadas los hábitos de consumo cambiaron notablemente, actualmente el consumidor americano demanda productos saludables y nutritivos, ya que se preocupa más por su salud, su aspecto físico y nutricional.

Situación económica

Según CIA (2017), Estados Unidos tiene la economía más poderosa tecnológicamente en el mundo, cuenta con un PBI per cápita de \$ 57. 300

La crisis de las hipotecas sub-prime, la caída de precios de la vivienda, la quiebra de bancos de inversión, la escasez de crédito y la recesión económica mundial empujó a los EE.UU. a una

recesión a mediados de 2008. El PIB se contrajo hasta el tercer trimestre de 2009, haciendo de esta la recesión más profunda y prolongada desde la Gran Depresión, lo cual generó una tasa de desempleo del 10%.

El desarrollo continuo de tecnologías ha sido un factor determinante en el desarrollo gradual de un mercado de trabajo de dos niveles en el que los de abajo carecen de la educación y las habilidades y en la parte superior cuentan con carreras técnicas y profesionales. La globalización del comercio y en especial el aumento de los productores de bajos salarios como China, ha ejercido una presión adicional a la baja sobre los salarios y la presión al alza sobre el rendimiento del capital.

Desde 1975, la práctica totalidad de las ganancias en los ingresos familiares han ido a la parte superior del 20% de los hogares. Desde 1996, los dividendos y ganancias de capital han crecido más rápido que los salarios o cualquier otra categoría de ingresos después de impuestos

La economía americana se basa básicamente en los servicios, el sector terciario representa más de tres cuartos del PBI.

Acuerdo de promoción Comercial PERÚ- EEUU

El Acuerdo de Promoción Comercial (APC) Perú – EEUU, se firmó el 12 de abril del 2006 en Washington y entró en vigencia el 1° de febrero del 2009.

Según MINCETUR (2017) En este acuerdo se negociaron los siguientes capítulos: Trato Nacional y Acceso a Mercados, Textiles y Vestido, Reglas de Origen, Administración Aduanera y Facilitación del Comercio, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Obstáculos Técnicos al Comercio, Defensa Comercial, Contratación Pública, Inversión, Comercio Transfronterizo de Servicios, Servicios financieros, Políticas de Competencia, Telecomunicaciones, Comercio Electrónico,

Derechos de Propiedad Intelectual, Laboral, Medio Ambiente, Transparencia, Fortalecimiento de Capacidades Comerciales, Solución de Controversias.

Los principales productos exportados a los EE.UU. son: minerales, metales, textiles, productos pesqueros, petróleo crudo, café, cacao, artesanías, paprika, alcachofa, uva, mango, mandarina, espárragos.

A partir de la vigencia de este acuerdo se nos ha permitido potenciar el desarrollo económico del Perú a través del comercio, con expectativas de comercio nunca antes experimentadas, logrando acceso perenne a mercados muy grandes.

Hoy en día EEUU es uno de los principales mercados destinos de las exportaciones peruanas.

Tabla 18: Información Comercial Perú – EEUU

Millones US\$ FOB	2013	2014	2015	2016	2017
Exportaciones Totales	1,784	1,571	1,101	1,089	1,540
Importaciones Totales	2,074	2,212	1,900	1,618	1,979
Balanza Comercial	-289	-641	-800	-529	-439

Fuente: Adex Data Trade 2017

Elaboración Propia

3.2.1.2 Micro Segmentación

Habiendo seleccionado a EEUU como país a destino de exportación del producto a ofrecer, se determinará las 3 posibles provincias.

Tabla 19: Población de las principales áreas metropolitanas

Nombre	Población
Los Ángeles	17.718.858
Nueva York	16.713.992

Chicago	9.655.015
San Francisco	6.989.419
Houston	6.519.358
Miami	5.805.883
Washington DC	6.022.391
Atlanta	4.762.159
Dallas	4.547.218
Filadelfia	4.066.064
Phoenix	4.163.445
Detroit	3.801.161
Boston	3.684.250
Minneapolis	3.496.061
San Diego	3.215.637
Seattle	2.776.119

Fuente: Santander Trade, 2017

Elaboración Propia

Según la tabla 18, los estados con mayor población son: Los Ángeles, Nueva York y Chicago, para lo cual Los Ángeles tiene una población de 17 718 858, Nueva York 16 713 992 y Chicago 9 655 015.

Tabla 20: Población de las principales ciudades de EEUU

Nombre	Población
Nueva York	8 550 405
Los Ángeles	3 971 883
Chicago	2 720 546
Houston	2 296 224
Filadelfia	1 567 442
Phoenix	1 563 025
San Antonio	1 469 845
San Diego	1 394 928
Dallas	1 300 092
San José	1 026 908

Según la tabla 20, la ciudad con mayor población es Nueva York, la cual le dobla la población a Los Ángeles, los fideos de quinua se distribuirán en Nueva York debido a que esa ciudad es el punto de ingreso para los alimentos de Estados Unidos, el cual recibe el 20% del total importado

en ese país, además la mayoría de peruanos los cuales tienen mayor aceptación por este grano (quinua) y sus derivados viven en Nueva York y en New Jersey, la cual está ubicada muy cerca a Nueva York.

Nueva York

Por geografía

La ciudad de Nueva York está ubicada en la costa este de los Estados Unidos, su construcción está mayormente ubicada sobre las islas de Staten Island, Manhattan y zona oeste en Long Island.

Debido a la ubicación favorable de la isla, Nueva York, era reconocida mundialmente por el transporte por barco de pasajeros entre América del Norte y Europa hasta que surgió el transporte vía aérea. Según un informe que realizó la oficina de censo de EEUU, la ciudad tiene una superficie total de 1214,4 km² (468,9 m²); 785,6 km² (303,3 mi²) que pertenecen a tierra firme y 428,8 km² (165,6 mi²) están cubiertos por agua. En total el 35,31% está cubierto por agua.

Nueva York está constituido por 5 distritos los cuales son: Manhattan, Queens, Brooklyn, Bronx y Staten Island.

Clima

New York posee un clima húmedo continental, sus veranos son muy calurosos los cuales superan los 35 °C, sus primaveras son cálidas con temperaturas que oscilan entre los 10°C y 15°C en marzo y 25°C y 30°C en junio. Los inviernos en Nueva York son muy fríos, las temperaturas pueden

llegar a alcanzar los 0°C, los meses con la temperatura más baja son enero y febrero donde la temperatura puede llegar a -10°C los cuales vienen acompañados de fuertes nevadas, inclusive con fuertes tormentas las cuales llegan a paralizar la ciudad a causa de la acumulación de nieve en diversas zonas, en las que supera los 30 centímetros de alto.

Desarrollo económico

Nueva York es considerada como la sede central de importantes empresas e industrias, en el bajo Manhattan se encuentra la Bolsa de Nueva York donde se tiene lugar a la mayor cantidad de actividades financieras de EEUU.

La principal actividad económica de esta ciudad se encuentra en el negocio de Bienes Raíces, donde las principales propiedades de Nueva York tienen un valor aproximado de 802 400 millones de dólares.

La industria del cine y televisión es la segunda actividad económica principal de esta ciudad, otras empresas que han crecido en los últimos años son las industrias de alta tecnología como la Biociencia, el desarrollo de software y el desarrollo de videojuegos.

Tabla 21: Medición de mercado Objetivo

Descripción	2018
Población de Estados Unidos	323,995,528
Población de la ciudad de New York	8,550,405
% Población empleada de 16 a más	71.19%
Población empleada de 16 a más	6,087,033
% de edades de 16 a 65 años	57.22%
Edades de 16 años a 65 años (n)	3,483,000
Población celiaca en New York	1,323,540
Consumo per cápita en kilos / persona (q)	1.50
Demanda potencial (Q)	1,985,310

Importación de New York	842,705
Exportación de Perú a New York	235,527
Demanda insatisfecha (kg)	2,592,488
Cuota de mercado %	0.81%
Cantidad a exportar en kilos	21,044
Presentación por 250 gr (cantidad de unidades a exportar)	84,174
Cantidad de unidades por embarque (6 embarques)	14,029
Cantidad de cajas por embarque (6 embarques- caja x 36 unidades)	390

Fuente: Census Bureau, CIA, SANTANDER TRADE, VERITRADE, PROMPERU, 2017
 Elaboración: Propia.

Se desarrolla la estructura de la demanda:

$$Q=n*q$$

n= Mercado disponible.

q= Consumo per cápita.

Q= Demanda potencial del mercado.

De acuerdo a la investigación realizada se pudo concluir que el 71.19% es la población empleada en New York de 16 años a más (Census Bureau) y que el porcentaje de población empleada de 16 años a 65 años es de 57.22% (Census Bureau), el producto va dirigido a las personas celiacas en New York que son el 38% de la población, “n” es el consumo en kilogramos de fideos de quinua por persona. Asimismo, se tiene una cuota de mercado del 0.81% la cual se obtiene de la demanda insatisfecha sobre la cantidad a exportar en kilos para el año 2018.

Tabla 22: Demanda total del producto

N	1,323,540
Q	1.50
Q	1,985,310

Fuente: Santander Trade, 2017

Elaboración: Propia

Se determinó que una persona consume anualmente 1 ½ kg de fideos de quinua el cual es representado por “q” en la tabla 21, la demanda potencial del mercado es de 1,985,310 Kg y la cuota de mercado es de 0.81% el cual representa la cantidad de kilos a exportar 21 044 kg, el producto se comercializará empaques de 250gr para lo cual la cantidad exacta a exportar el primer año sería de 84 174 unidades del producto fideos de quinua.

Tabla 23: Distribuidores de alimentos en New York, Estados Unidos

Nombre de distribuidores	Dirección
Family Food Distributors Inc.	New York, New Jersey, Connecticut, Pennsylvania, Carolina del Norte, Chicago, y Massachusetts. Teléfono (201) 997 7689
Roland Foods	71 West 23rd Street - Nueva York, NY 10010 TELÉFONO: 800.221.4030
Goya Foods Inc	350 Country Road Jersey City, NJ 07307 Tel: 201-348-4900

Fuente: Yellow Pages- Usa.
Elaboración Propia.

En la tabla 23, se muestran los distribuidores de alimentos en nueva York, trabajaremos con estos distribuidores para insertar nuestros productos al mercado estadounidense, debido a que ellos la cuenta con experiencia y nos facilitarían la inserción de producto.

3.2.2 Tendencias de consumo

Según SIICEX (2015) indica que el estadounidense en general es calificado como una persona consumista y siempre dispuesto a probar productos nuevos y novedosos. Es exigente, hecho que se deriva de la búsqueda de información que realiza. Asimismo, tiene conciencia del cuidado del

medio ambiente. Conoce muy bien sus derechos como consumidor y hace uso de las leyes que lo protegen. En caso de verse perjudicado no duda en levantar una demanda ante perjuicios ocasionados por productos defectuosos. Si bien el precio es una variable relevante al decidir una compra, también son importantes la calidad, la garantía y el servicio post venta. El norteamericano espera un servicio post venta de calidad.

Los productos que puedan asociarse a la novedad y/o exclusividad, son más sensibles a ser valorados por su calidad y no tanto por su precio. Da especial importancia a la presentación del producto, por ello el empaquetado o envase debe ser de calidad y atractivo. Cada vez destinan menos tiempo en buscar productos y comparar precios. Un consumidor promedio gasta 20 minutos en una tienda y recorre menos de la cuarta parte de ella. En relación, el número de consumidores que visitan tiendas chicas está en aumento, debido a que les hace la vida más fácil.

Según PROECUADOR (2011) El consumidor principal de quinua y sus derivados en Estados Unidos es la persona que se preocupa por su salud, los cuales son conocidos como los “health consciuos”. Asimismo, indica que los grandes centros de consumo de este producto se encuentran en las grandes ciudades como Los Ángeles y Nueva York que es donde se congrega el perfil de consumidor que por su estilo de vida agitado siempre busca formas más saludables de alimentarse.

Formas de consumo

Este producto se puede consumir con cualquier tipo de salsa, ya sea al pesto, salsa a lo Alfredo o salsa de tomate entre otras, asimismo se puede mezclar con carne de soya para mantenerse comiendo saludable u otras opciones de acompañamiento, se puede consumir en el almuerzo y en la cena.

Perfil del consumidor

Este producto está dirigido a las personas celiacas las cuales deben consumir productos que no contengan gluten, asimismo también lo pueden consumir las personas que deseen cuidar su salud ya que es un producto sin colesterol, libre de grasas trans y es nutritivo, es una excelente alternativa para reemplazar el consumo de los fideos tradicionales por estos que son más saludables y nutritivos.

Enfermedad Celiaca

La enfermedad celiaca es una condición del sistema inmune en la que las personas no pueden consumir gluten, ya que dañarían su intestino delgado, volviéndose intolerantes al gluten. El gluten es una proteína presente en el trigo, la cebada y el centeno, asimismo se pueden encontrar en otros productos como medicinas, vitaminas, suplementos, bálsamos, etc.

Esta enfermedad afecta a cada persona de manera diferente, los síntomas pueden ocurrir en el sistema digestivo o en otras partes del cuerpo, la irritabilidad es más común en los niños, mientras otras personas no presentan síntomas.

Si la enfermedad no es tratada a tiempo puede producir úlceras que acabe perforando la pared intestinal lo cual provoca la salida de los jugos digestivos hacia la cavidad abdominal. Es una enfermedad genética, en la actualidad, el único tratamiento aprobado es evitar el consumo de gluten.

3.3 Análisis de la oferta y demanda

3.3.1 Análisis de la oferta

La oferta exportable ha sido obtenida mediante el portal web de Trade Map, el cual corresponde a la partida 190219.

- Oferta Mundial

Tabla 24: Principales países exportadores de la PA 190219
(En miles de USD)

Exportadores	valor exportada en 2012	valor exportada en 2013	valor exportada en 2014	valor exportada en 2015	valor exportada en 2016
Mundo	3810825	4219132	4223237	3917622	3712874
Italia	1900385	2066427	2077641	1859788	1781755
Turquía	309464	461149	465992	401674	404003
Estados Unidos de América	147452	149006	160209	168748	130910
Tailandia	111976	113389	120260	117335	127889
Canadá	114384	116776	124409	138806	100405
España	45072	47867	63388	79026	77744
Bélgica	73950	90658	74017	69659	71991
Arabia Saudita	81295	79976	77780	56562	61815
México	62751	61379	64238	59324	61661
Japón	42786	39127	40542	44279	51593

Fuente: Trade Map (2017)
Elaboración propia.

En la tabla 24, podemos apreciar a los países competidores a nivel macro de la partida a nivel de 6 dígitos.

Tabla 25: Principales países exportadores de la PA 1902190000
Expresado en Toneladas

Exportadores	Cantidad exportada, Toneladas 2012	Cantidad exportada, Toneladas 2013	Cantidad exportada, Toneladas 2014	Cantidad exportada, Toneladas 2015	Cantidad exportada, Toneladas 2016
Mundo	3.318.258	3.701.176	3.769.127	3.603.771	3.734.198
Italia	1.600.142	1.705.793	1.721.369	1.623.361	1.675.700
Turquía	436.032	642.767	671.595	64.806	794.034
España	43.166	44.711	67.770	87.455	93.642
Estados Unidos de América	102.694	107.296	116.550	117.079	92.647
Bélgica	66.144	75.672	62.865	67.643	75.476
Tailandia	59.156	61.303	64.945	65.304	73.010
México	71.813	63.456	68.821	64.591	65.823
Omán	68.776	74.840	91.791	62.423	62.229
Grecia	52.618	54.111	50.486	50.695	51.709

Fuente: Trade Map (2017)

Elaboración propia.

En la tabla 25, se expresa los incrementos de ventas en toneladas de las exportaciones de la partida 190219, habiendo un aumento entre los años 2015 y 2016.

- **Exportaciones peruanas al mundo**

A continuación, se muestra las exportaciones peruanas de la partida 190219 hacia el mundo.

Tabla 26: Principales destinos de las exportaciones peruanas
(expresado en miles de dólares americanos)

Importadores	Valor exportada en 2012	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014	Valor exportada en 2015	Valor exportada en 2016
Mundo	38676	39656	39000	38465	39007
Chile	17709	19876	18860	19893	21259
Haití	9689	6959	5983	5405	5159

Ecuador	5751	5375	4535	4645	3508
Bolivia, Estado Plurinacional de	1219	2407	2920	3836	2756
Panamá	1962	2159	2146	1825	2553
Estados Unidos de América	1200	1130	1461	825	1122
Nicaragua	523	686	1243	846	779
Colombia	89	553	519	121	605
El Salvador	165	145	666	573	421
Venezuela, República Bolivariana de	0	0	0	0	408

Fuente: Trade Map (2017)

Elaboración propia

En los principales destinos de exportación de Perú al mundo, de la partida 1902190000, podemos visualizar en la tabla 26, que el país que sobresale es Chile, Haití y Ecuador expresados en miles de dólares.

Tabla 27: Principales destinos de las exportaciones peruanas de la partida 1902190000 (expresados en kilogramos)

Importadores	Cantidad exportada, Kilogramos 2012	Cantidad exportada, Kilogramos 2013	Cantidad exportada, Kilogramos 2014	Cantidad exportada, Kilogramos 2015	Cantidad exportada, Kilogramos 2016
Mundo	45.834.377	44.894.241	46.302.756	46.537.563	50.147.023
Chile	20.193.402	21.502.512	21.043.201	2.317.9958	25.640.897
Haití	13.145.237	9.655.181	8.618.069	8.302.574	9.064.077
Panamá	2.842.852	2.887.253	2.938.950	2.447.779	3.828.276
Ecuador	5.271.001	4.716.548	4.450.189	4.843.808	3.687.510
Bolivia,	1.215.527	2.387.247	3.119.694	3.882.879	2.589.106
Estados Unidos de América	1.634.875	1.353.979	1.871.249	1.009.711	1546.386
Nicaragua	698.811	949.459	1.764.904	1.190.394	1.092.940

Colombia	127.505	800.788	688.227	218.375	930.243
----------	---------	---------	---------	---------	---------

Fuente: Trademap (2017)

Elaboración propia.

En la tabla 27, se puede observar que Chile, Haití y Panamá son los principales destinos de las exportaciones peruanas en cuanto a este producto, valores expresados en kilos.

Tabla 28: Principales empresas peruanas exportadoras de la partida 1902190000

RUC	Razón Social	País
20491855020	INTERAMSA AGROINDUSTRIAL S.A.C.	REINO UNIDO / ESTADOS UNIDOS /DINAMARCA / PAISES BAJOS /TAILANCIA / EMIRATOS ARABES UNIDOS/CANADA.
20554700901	MONDO IMPRENDITORE S.A.C.	ESTADOS UNIDOS / FRANCIA
20556859591	AGROFINO FOODS S.A.C.	POLONIA
20537674602	DE GUSTE GROUP SAC	NORUEGA
10255417415	MONTALVAN SAJACO MILY ROSA	ARUBA

Fuente: Adex Data Trade (2017)

Elaboración:propia.

Según la tabla 28, se puede apreciar que sólo hay dos empresas peruanas que actualmente vende este producto a los EEUU y comercializa los fideos de quinua en Miami, datos obtenidos de Adex Data Trade.

3.3.2 Análisis de la demanda

Proyección de la demanda

Tabla 29: Demanda de New York del 2012 al 2016 del producto de PA 1902190000

expresado en kilogramos

Años	2012	2013	2014	2015	2016
Kilogramos	132,582.00	175,296.00	142,856.00	198,751.00	235,527.00

Elaboración: propia

En la tabla 29, se observa la demanda en toneladas de las exportaciones de fideos a New York.

Tabla 30: Métodos de mínimos cuadrados

X	X	Y	XY	X^2
2012	1	132,582.00	132,582.00	1
2013	2	175,296.00	350,592.00	4
2014	3	142,856.00	428,568.00	9
2015	4	198,751.00	795,004.00	16
2016	5	235,527.00	1,177,635.00	25
Total	15	885,012.00	2,884,381.00	55

Elaboración: Propia

Fórmula de regresión lineal

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} \quad b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

B =	22934.50
A =	108198.90

Fórmula para proyectar linealmente:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 108198.90 + 22934.50 * x$$

x = años que se quiere proyectar.

Proyección 2017	245,805.90
Proyección 2018	268,740.40
Proyección 2019	291,674.90
Proyección 2020	314,609.40
Proyección 2021	337,543.90
Proyección 2022	360,478.40

Tabla 31: Demanda proyectada del mercado en kilogramos

2018	2019	2020	2021	2022
268,740	291,675	314,609	337,544	360,478

Elaboración: Propia.

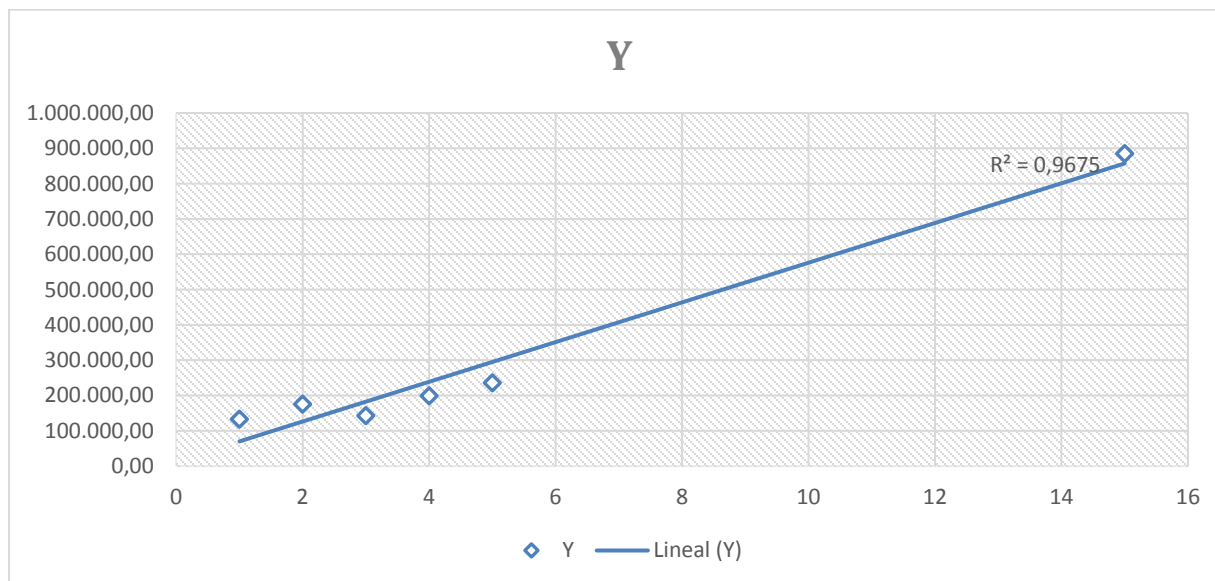


Figura 11: Proyección lineal
Elaboración propia.

Como se observa en la figura N° 11, $R^2 = 0.97$, el monto es mayor a 0.85, por consiguiente, se acepta dicha regresión por ser una demanda fuerte y positiva.

Tabla 32: Proyección de las exportaciones de la empresa (expresada en Kg.)

Años	2018	2019	2020	2021	2022
Cantidades proyectadas kg	21,044	22,096	23,422	25,061	27,066
cantidades en cajas	2,340	2,457	2,605	2,787	3,010
cantidades en unidades	84,174	88,383	93,686	100,244	108,263
Tasa de crecimiento		5%	6%	7%	8%

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 32, se puede observar que para el primer año la empresa va a exportar 21,044 kilogramos que es equivalente a 84,174 bolsas de fideos de quinua de 250 gr, la tendencia de crecimiento anual aprovechando la alta demanda que existe en el mercado será de 5%, 6%, 7% y 8%. Esta tendencia se obtuvo de acuerdo al promedio de crecimiento de la proyección lineal realizada para la demanda

de New York para los próximos años. Asimismo, se tiene una participación de mercado para el año 2018 de 8% lo cual se obtiene de la demanda proyectada en kilos de lo que importará Nueva York en el año 2018 sobre la cantidad de kilos que venderemos en el mismo año.

3.4 Estrategias de ventas y distribución

3.4.1 Estrategias e segmentación

Para poder entender el comportamiento del comprador, se ha diseñado la tabla del segmento meta y la matriz de tipología del producto ofrecido, en la cual se va a definir y cuantificar si es rentable, accesible y si existe respuesta hacia el producto ofrecido.

Tabla 33: Segmento meta

Decisión	Los fideos de quinua es un producto nutritivo, libre de gluten, 100% nutritivo, sin grasas trans y libre de colesterol.
Cuantificación	Estados Unidos, Alemania y Francia son los 3 principales mercados a nivel mundial a donde se dirige la partida de los fideos de quinua.
Rentabilidad	El crecimiento del valor FOB del año 2016 con respecto al año 2015 ha sido del 4%, teniendo una fluctuación en el incremento de precio.
Accesibilidad	El acceso para los fideos de quinua es favorable si la promoción y publicidad se hace a través de ferias internacionales, ruedas de negocios y páginas web especializadas, a su vez se deberá llegar a un acuerdo de comercio justo con los agricultores de Puno.
Respuesta	El mercado aumenta su tendencia de consumo de productos nutritivos y favorables para su salud, sobretodo en productos libres de gluten.
Estrategia de Segmento	Identificado el segmento al que se desea llegar, el acceso es posible debido a la diferenciación del producto y al acuerdo comercial que favorece el intercambio.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 34: Matriz Tipología del Producto

Matriz Tipología del producto			
	Antes del uso	Durante el uso	Después del uso
Racional	Referencia de característica nutricional.	Agrado y continuidad de uso	Resultados favorables y fidelización
Emocional	Curiosidad	Gusto	Satisfacción
Sensorial	Atractivo a la vista (Color, tamaño)	Sabor y textura agradable	Aceptación general y repetición

Fuente: Elaboración propia.

La segmentación de mercado según Philip Kotler es la subdivisión del mercado en grupos: segmentación geográfica, segmentación demográfica, segmentación psicográfica y segmentación conductual.

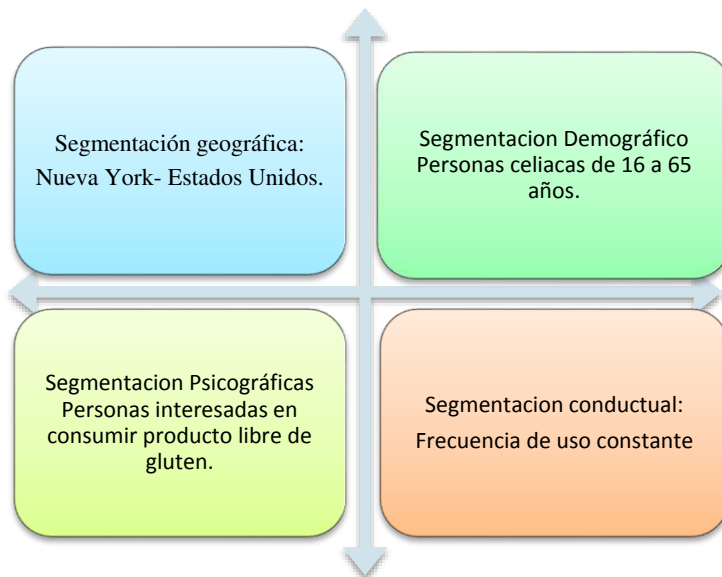


Figura 12: Estrategia de Segmentación de Kotler.

Elaboración: Propia.

Se utilizará la estrategia de segmentación concentrada, debido a que solo se tiene un solo segmento de mercado meta (Nueva York), la empresa dirigirá sus esfuerzos en investigar y satisfacer las necesidades de este mercado.

Los pasos para segmentar el mercado son los siguientes:

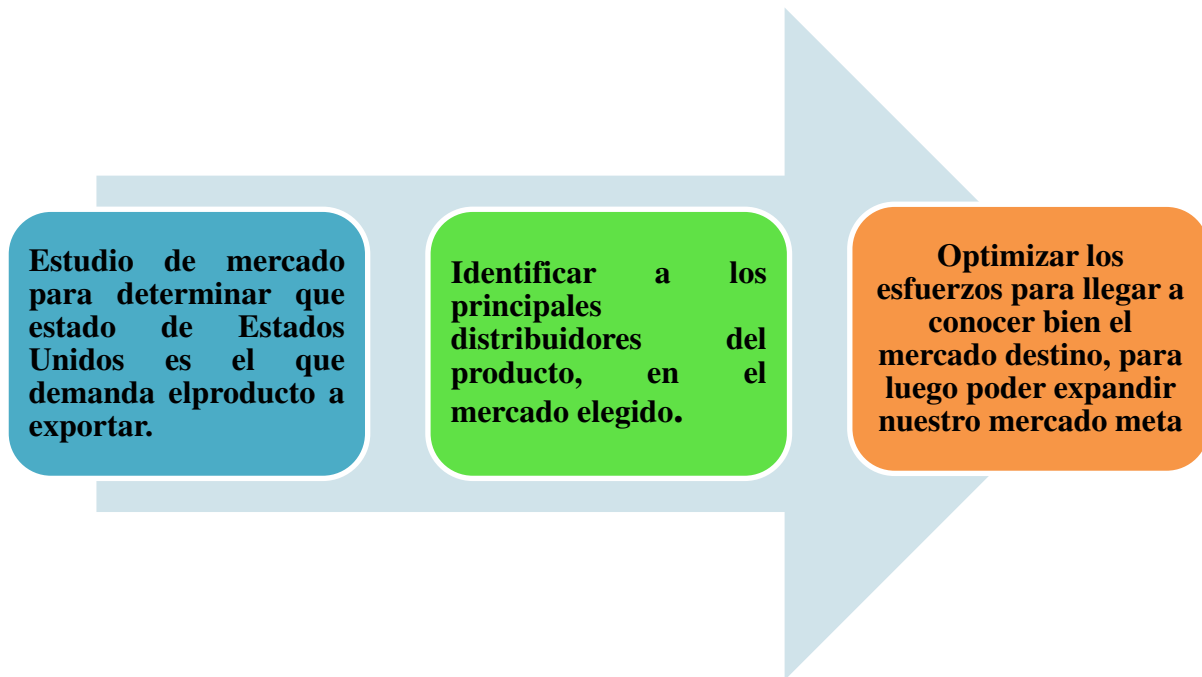


Figura 13: Estrategias de segmentación.

Elaboración: Propia.

Andean Grain SAC, buscará posicionar su producto a través de una marca blanca con ayuda de un distribuidor que ya tenga experiencia en el mercado de esta manera será más fácil insertar el producto al mercado destino y posicionarse en la mente del consumidor.

Los productos peruanos cada día son más reconocidos a nivel mundial y logran tener mayor aceptación en los consumidores, es por eso que se decidió exportar fideos de quinua a New York, Estados Unidos.

3.4.2 Estrategias de posicionamiento

El posicionamiento es una estrategia de marketing que se construye a partir de la percepción del consumidor hacia nuestra marca de forma individual y con respecto a la competencia.

La empresa buscara posicionarse mediante la ventaja competitiva, con base a:

- Posicionamiento con base Precio/ calidad.
- Posicionamiento con respecto al uso, como los fideos de quinua para gente joven-adulta con preferencias hacia el cuidado de su salud.
- Por la propuesta y el beneficio básico del producto o servicio.
- Por las ventajas diferenciales.

Conviene también considerar la opción de tratar directamente con los importadores, ya que las principales cadenas de supermercados son importadoras propias o empresas especializadas pero en primera instancia nuestro contacto será con los distribuidores que ya están posicionados en el mercado destino para lograr una rápida inserción en el mercado objetivo.

3.4.3 Estrategias de Ingreso al mercado objetivo

La elección del modo de entrada es una de las decisiones más importantes en la internacionalización de la empresa.

Los pasos hacia la internacionalización son a través de la exportación indirecta ocasional (Marca Blanca o Sin Marca), exportación a través de importadores, distribuidores o representantes, establecimiento comercial en el extranjero, implantación productiva en el exterior.

Nuestro canal de comercialización será ingresar mediante la exportación indirecta ocasional a través de un distribuidor. Logrando reducir el riesgo financiero, ya que los intermediarios se encargan de encontrar compradores y recibir el pago. Por tal motivo nuestra estrategia de ingreso al mercado será “Push” lo que implica orientar nuestros esfuerzos de comunicación y de promoción sobre los intermediarios.

3.4.4 Estrategias de distribución comercial

Para diseñar un canal de distribución, este se hace en función del tipo de producto, del segmento de mercado y de la actividad de la empresa, por eso es necesario escoger el que más se adapte a las necesidades del mercado.

En este canal existen 2 actores:

1. Productor /Exportador
2. Distribuidor / Importador

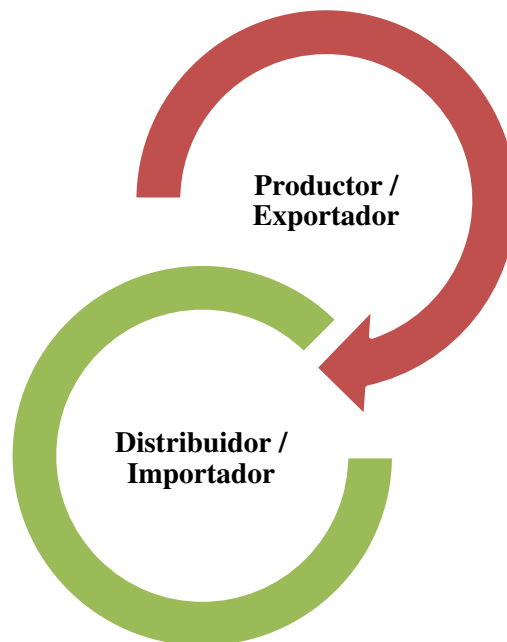


Figura 14: Canal de distribución.

Fuente: Elaboración Propia.

Esta estrategia consiste en comercializar el producto promedio de un distribuidor a un precio FOB, de tal manera que el distribuidor pueda colocar el producto en los supermercados, tiendas por departamento y sectores determinados pertenecientes al consumo de alimentos. Sin embargo, la

estrategia no prohíbe que se realicen alianzas para trabajar nuestra marca y lograr el reconocimiento por parte de los consumidores. Un gran beneficio de este canal, es que debido a la experiencia y conocimiento de mercado, el distribuidor nos permitirá impulsar nuestros productos.

- ✓ Debemos ofrecer seguridad en la entrega, basado en cantidad y tiempo, para lograr cumplir con estos indicadores debemos estar familiarizados con el proceso de transporte que requiera entregar el producto en el depósito del comprador, a pesar que estas negociaciones en su mayoría estén bajo los términos FOB, es importante conocer todo el proceso logístico desde el productor hasta el consumidor final, de esta manera entablaremos una buena relación con el comprador.
- ✓ Es importante tener capacidad de reacción ante una eventualidad, por eso es vital contar con más de un proveedor en cada proceso.
- ✓ Basar el servicio brindado en respeto, atención y adaptabilidad, desde que se obtiene la materia prima con la finalidad de cumplir con las exigencias del mercado, en usos, tipos y costumbres del consumidor de Nueva York (Estados Unidos), de la misma forma hay que mantener un alto grado de compromiso y buen trato del vendedor respecto a su relación comercial con el comprador, lo que implica que este informándole constantemente al comprador del estado de su carga, de cuando ya estará lista para su embarque, si ya cuenta con todos los documentos y permisos de exportación, lo importante es siempre mantener una comunicación fluida y tener presencia en los principales eventos del sector tales como ferias, ruedas de negocios y exposiciones.
- ✓ De preferencia se trabajará con distribuidores que trabajen con productos de la competencia así podremos captar consumidores y obtener información sobre la acogida del producto.
- ✓ En un futuro se tiene pensado realizar alianzas para trabajar la marca y reconocimiento por parte de los consumidores.
- ✓ Es importante realizar retroalimentaciones, evaluando sugerencias de los clientes, puntos de vista comerciales y promocionales.

La idea de generar ventas por medio de los distribuidores es tener mayor facilidad de acceso a los clientes por la trayectoria que ha mantenido con el distribuidor y nos generen una barrera de acceso inferior, de tal manera de asegurar el acercamiento de nuestro producto con el consumidor objetivo.

3.5 Estrategias de promoción

3.5.1 Establecer mecanismos adecuados de promoción

Nuestra empresa se publicitará de la siguiente manera:

- **Ferias:**

La participación en ferias y exposiciones es una herramienta valiosa para las empresas que intentan iniciarse en el negocio de exportaciones y para empresas ya establecidas en el mercado ya que te dé acerca hacia posibles compradores y proveedores, de esta manera nuestro producto puede darse a conocer con la finalidad de incrementar y afianzar las exportaciones, la mayoría de personas que acurren a estos eventos permiten establecer un contacto directo con los potenciales importadores, distribuidores y mayoristas.

Tabla 35: Principales ferias de Nueva York

Ferias	Sectores	Lugar	Público	Frecuencia
Summer Fancy Food New York	Alimentación y venta minorista.	Jacob K. Javits Convention Center, New York	Público y privado.	Anual

Fancy Food Show	Alimentación, comidas gourmet.	Moscone Convention Center 747 Howard Street San Francisco, CA 94103, San Francisco (Estados Unidos, USA	Público y privado.	Anual
-----------------	--------------------------------	---	--------------------	-------

• **Envió de muestras:**

Para que nuestro producto sea conocido en el mercado estadounidense, se pretende enviar muestras para los distribuidores, con la finalidad de que estos puedan evaluar la calidad del producto, las muestras se enviaran en pequeñas cantidades.

3.5.2 Propuesta de valor con uso de e- commerce

El uso de la internet constituye la tendencia más reciente en la distribución de éstos productos, de tal manera se logrará incrementar las ventas a través de internet y se desarrollarán nuevos canales de distribución en los cuales no participen los detallistas.

• **Página web:**

Se creará, una página web informativa (www.andeanrain.com) sobre la calidad de nuestros productos, con fotos del proceso de producción. Así como las ventajas de consumir nuestro producto.

• **Marketplace:**

Mediante el registro en páginas de ventas por internet como Mercado libre, OLX y redes sociales, al ser una fuente de información gratuita para el cliente se convierte en una vitrina virtual interesante.

- **Publicidad a través de Google Adwards:** Esta herramienta permitirá que los clientes vean anuncios de la empresa mientras buscan lo que ofrece google.

4. PLAN DE LOGISTICA INTERNACIONAL

4.1 Envases, empaques y embalajes

Envase: El envase que utilizaré para enviar los fideos de quinua a New York será mediante una bolsa de polipropileno de 28 cm de largo, 8 cm de ancho y 1 cm de alto, el cual contiene 250 gr.



Figura 15: Medidas de envase.

Elaboración propia.

Empaque: Se utilizarán cajas de cartón corrugado, nuestro proveedor será Papelsa, medidas 30 cm de largo, 20 cm de ancho y 20 cm de alto, en esta caja caben 36 bolsas de fideos de quinua.

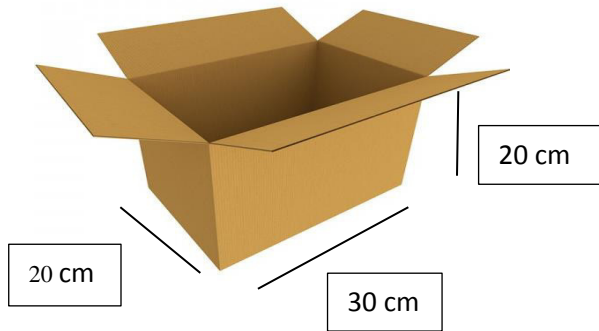


Figura 16: Medida de caja de cartón

Elaboración propia

La caja es de cartón corrugado doble lo cual la hace más resistente y brinda mayor protección al producto así se evita daños al mismo.

Embalaje: Las cajas de cartón corrugado serán envueltas con stretch film (Proveedor Uniempack) y luego serán colocadas en el pallet.

Pallets: Los pallets serán adquiridos de la empresa Inka Pallet, ya que ofrece pallets con tratamiento térmico según lo requerido por la Norma Internacional NIMF N° 15, la cual regula el embalaje para madera de exportaciones, las cuales deben ser certificadas por el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) y tratamientos con preservantes anti hongos o insectos con sales hidrosolubles.



Figura 17: Procedimiento de embalaje.

Elaboración propia.



Figura 18: Medida de pallet.
Elaboración propia.

Cada embarque está compuesto por 3 pallets, 2 pallets tendrán 140 cajas y 1 pallets de 110 cajas, envío total por embarque 360 cajas, el apilamiento será de 7 niveles.

4.2 Diseño del rotulado y marcado

4.2.1 Diseño de rotulado

Rotulado del producto para Perú:

Información Nutricional
Tamaño por porción (80g)
Porciones por envase 3

Cantidad por porción
Calorías 280 Calorías de la grasa 3.0

	Valor Diario*
Grasa Total 0g	0%
Grasa Saturada 0g	0%
Grasa trans 0g	
Colesterol 0mg	0%
Sodio 0mg	0%
Carbohidratos totales 60g	20%
Fibra Dietaria 4g	14%
Azúcares 0g	
Proteína 5g	15%

Vitamina A 0% **Vitamina C** 0%
Calcio 0% **Hierro** 4%

(*) Los porcentajes de valores diarios están basados en una dieta de 2.000 calorías. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades calóricas:

	Calorías	2,000	2,500
Grasa Total	Menos de	65g	80g
Grasa Saturada	Menos de	20g	25g
Colesterol	Menos de	300mg	300mg
Sodio	Menos de	2,400mg	2,400mg
Carbohidrato Total		300g	375g
Fibra Dietética		25g	30g

Calorías por gramo:
Grasa 9. Carbohidratos 4. Proteína 4.

Figura 19: Modelo de rotulado del producto Perú.

Rotulado de producto para Estados Unidos

Nutrition Facts
Serving Size 1 Cup (56g)
Servings Per Container 4,5 Cups

Amount Per Serving
Calories 200 **Calories from fat** 2.0

	% Daily Value*
Total Fat 0g	0%
Saturated Fat 0g	0%
Trans fat 0g	
Cholesterol 0mg	0%
Sodium 0mg	0%
Total Carbohydrate 45g	15%
Dietary Fiber 3g	12%
Sugars 0g	
Protein 4g	10%

Vitamina A 0% **Vitamina C** 0%
Calcium 0% **Iron** 2%

* Percent daily values are based on a 2,000 calorie diet. Your values may be higher or lower depending on your calorie needs:

	Calorías	2,000	2,500
Total Fat	Less than	65g	80g
Sat Fat	Less than	20g	25g
Cholesterol	Less than	300mg	300mg
Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg
Total Carbohydrate		300g	375g
Dietary Fiber		25g	30g

Calories per gram:
Fat 9. Carbohydrates 4. Protein 4.

Figura N°20: Modelo de rotulado del producto EEUU.

- Declaración de identidad, nombre común o usual del alimento: Pasta de quinua.
- Marca o logo del producto: Marca Blanca.
- Declaración exacta del contenido neto: 500 gr
- Nombre y lugar del establecimiento del fabricante, envasador o distribuidor, exportador:
Andean Grain SAC.
- País de origen: Perú.

Según PROMPERU (2010): La información nutricional que se debe especificar de forma obligatoria en el panel nutricional de cada etiqueta es la siguiente:

- Total de Calorías (Total Calories).
- Calorías de grasas (Calories from fat).
- Calorías de grasa saturadas (calories from saturated fat).
- Grasa total (total fat).
- Grasas saturadas (saturated fat).
- Grasas polisaturadas (polysaturated fat).
- Grasas monosaturadas (monosaturated fat).
- Azúcares (Sugar).
- Carbohidratos (Carbohydrate).
- Proteínas y Vitaminas (Protein and Vitamines).
- Calcio (Calcium).
- Hierro (Iron).

La ley exige que cada alimento elaborado contenga un doble etiquetado: etiquetado general (general food labeling) y etiquetado nutricional (nutrition facts) y adicionalmente un código de barras con los datos del producto; sin embargo, existen disposiciones especiales relacionadas con la declaratoria de alérgenos en la etiqueta y los ácidos grasos trans (en inglés, trans fatty acids, TFA).

➤ **Ley contra el bioterrorismo**

Según PROMPERU (2010), La Public Health Security and Bioterrorism Preparedness and Response Act of 2002 (Ley contra el Bioterrorismo) tiene por objeto reforzar la seguridad en los Estados Unidos frente a la amenaza de bioterrorismo.

El bioterrorismo es el empleo criminal de microorganismos patógenos y otros contaminantes adicionados intencionalmente a los alimentos; así como la introducción al país de material biológico con agentes fitopatógenos, enfermedades cuarentenarias, insumos químicos o cualquier otro tipo de material que atente contra la salud y la vida de las personas.

Las siguientes son las disposiciones de la normativa sobre bioterrorismo relacionadas a la importación de alimentos frescos o procesados:

- Registro de instalaciones alimentarias (food facility registration): las instalaciones nacionales y extranjeras que manufactures, procesen, empaqueten, distribuyan, reciban o mantengan alimentos para consume humano o animal en los Estados Unidos deben registrarse en la FDA.
- Notificación previa de alimentos importados (prior notice): Se debe informar por adelantado información sobre cada embarque de alimentos que desee ingresar al territorio de los Estados Unidos.
- Establecimiento y mantenimiento de registros: Las personas que manufacturen procesen, empaqueten, transporten, distribuyan, reciban, almacenen o importen alimentos deberán crear y mantener los registros que determine la FDA como necesarios para identificar la fuente inmediata de origen y el destinatario inmediato de los alimentos.
- Detención administrativa: la FDA está autorizada a detener de manera inmediata alimentos cuando considere que existe una evidencia o información creíble de que los alimentos constituyen una amenaza seria a la salud o la vida de las personas o animales.

Rotulado de caja:

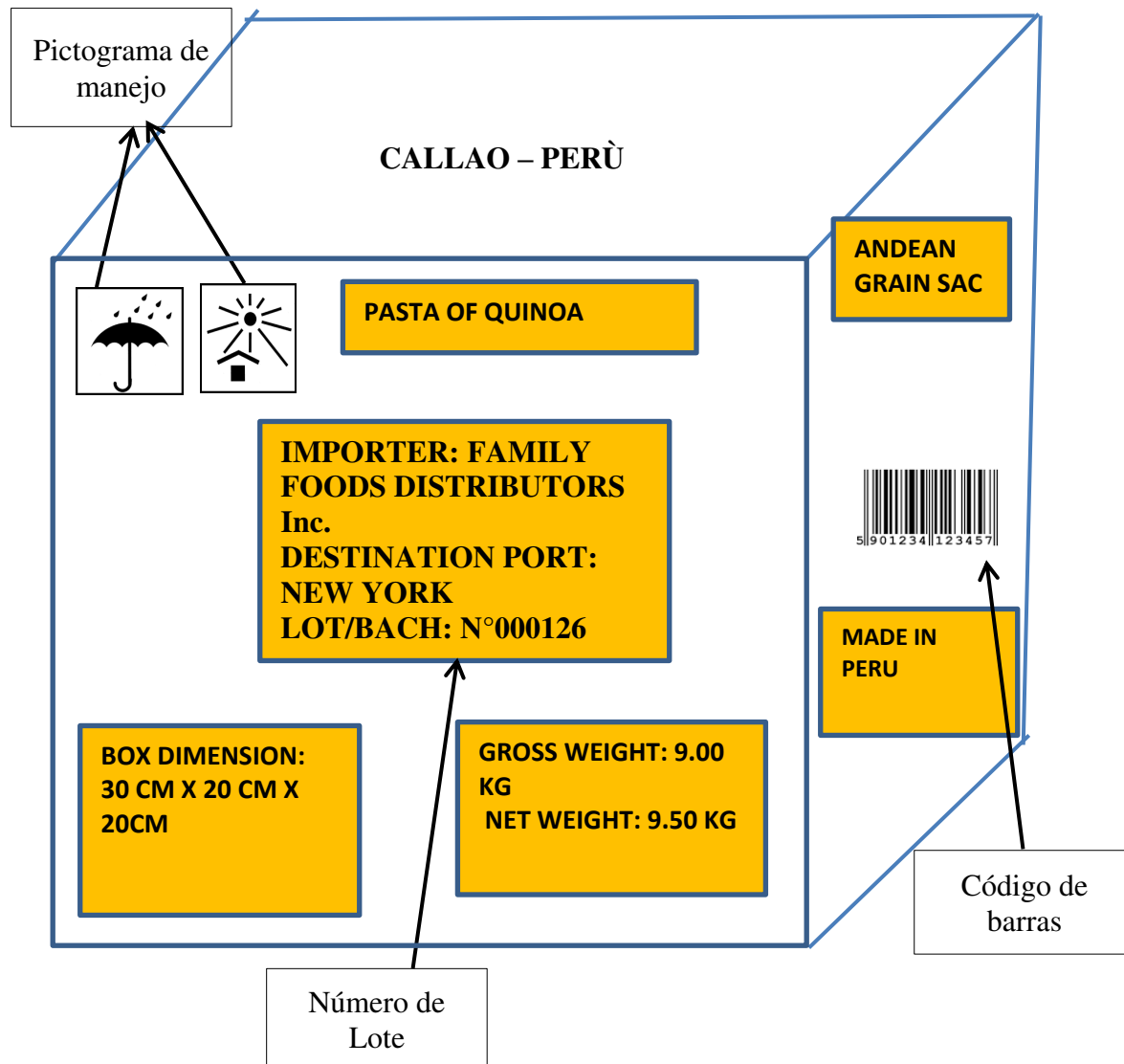


Figura 21: Diseño de rotulado
Fuente: Elaboración propia.

4.2.2 Diseño de marcado

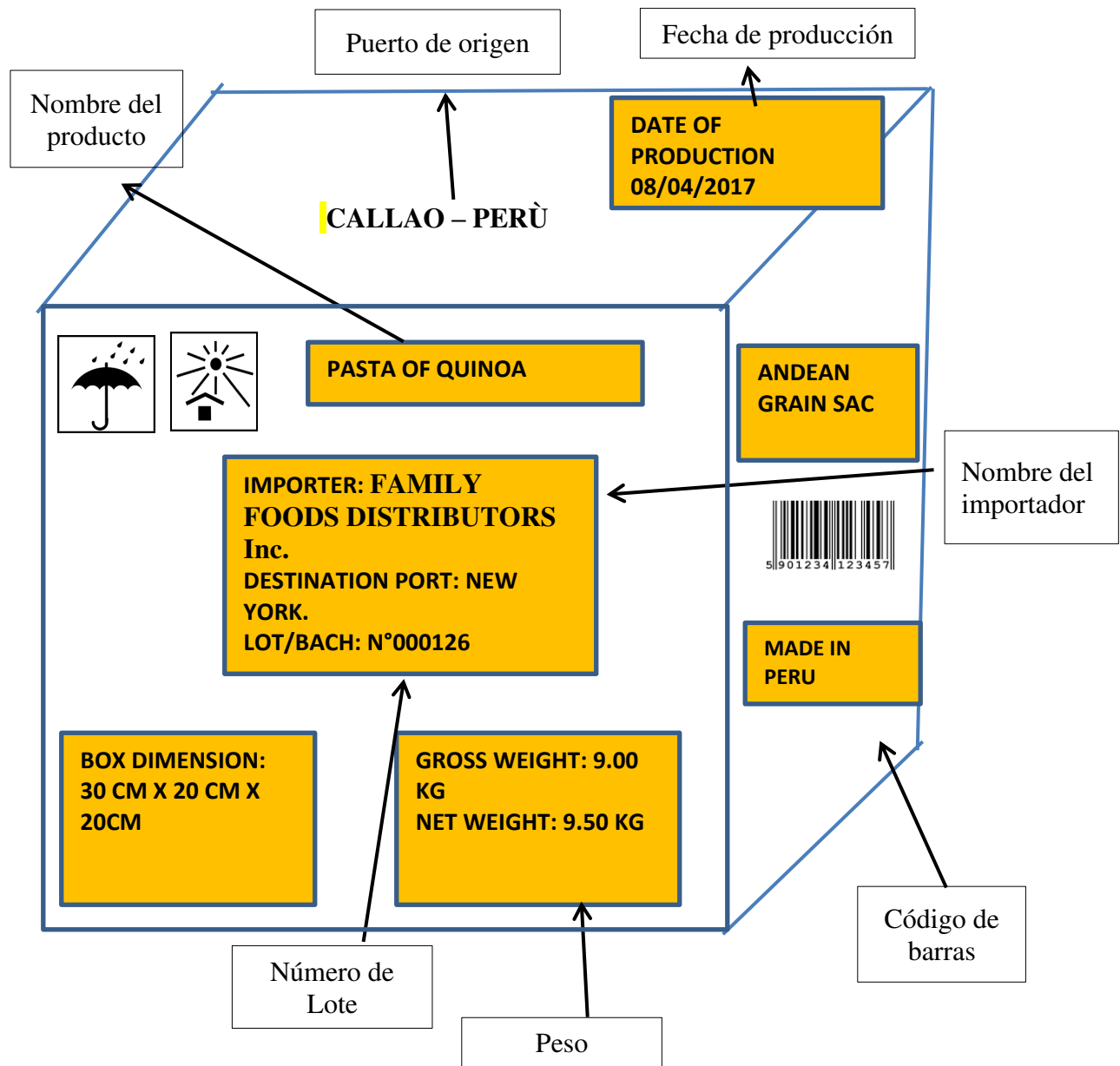


Figura 22: Diseño de marcado

Fuente: Elaboración propia.

El embalaje adecuado es importante ya que si no está de acuerdo al estándar puede dañar el producto y crear problemas al importador, el cual podría tener problemas para comercializar la mercadería.

4.3 Unitarización y cubicaje de la carga

ENVASE	EMBALAJE	PALLETS	CONTENEDOR
Caja de medidas 30x20x20 cm	Cajas de cartón corrugado, capacidad para 36 envases de bolsas de fideos de quinua.	Pallets de madera 120 cm x 100 cm x 15 cm, capacidad para 140 cajas master	Se enviará como carga consolidada en 3 palets.



Preparación de la carga y determinación del lote optimo:

Las ventas del primer año de la empresa ANDEAN GRAIN SAC serán de 84 176 unidades de bolsas de fideos de quinua, envase por 250 gr cada unidad.

- 6 embarques al año.
- 14 029 unidades de bolsas de fideos de quinua por embarque.
- 390 cajas (dimensiones 30 x 20 x 20 cm)

- Total, de pallets 3
- Cada pallet contiene 140 cajas. (2 x140 cajas, 1 x 110 cajas)

Cantidad de cajas por pallet

Cajas x cama	20
Fila	7

Pallets Americano 1000 x 1200 mm

Inka Pallets

Medida: 100 x 120 cm

Peso aprox: 25 Kg

Carga dinámica: 1500 kg

Carga estática: 2000 Kg

Carga en estantería: 1300 Kg

Entradas: 2

Para distribución / química /
almacenamiento.

Sin enmohecimiento.

Pallets resistente y de calidad.



Figura 23: Pallets americano 100 cm x 120 cm

Tabla 36: Unitarización y cubicaje de la caja

Medidas del envase		
Largo	28.00	Centímetros
Ancho	8.00	Centímetros
Altura	1.00	Centímetros
Peso neto por envase	250	Gramos
Peso Bruto del envase	278.80	Gramos
Caja		
Medidas de caja	32*20*20	Centímetros
Ancho	32.0	Centímetros

largo	20.0	Centímetros
Altura	20.0	Centímetros
N° de unidades por Ancho de caja	2	Unidades
N° de unidades por largo de caja	2	Unidades
Niveles	9	Niveles
Numero de envases por caja	36	Unidades
Peso neto por caja	9.00	Kilogramos
Peso bruto por caja	10.43	Kilogramos
Paleta		
Ancho	100	Centímetros
largo	120	Centímetros
Altura	12.50	Centímetros
N° de unidades por Ancho de paleta	5	Unidades
N° de unidades por largo de paleta	4	Unidades
Niveles de caja	7	Niveles
Total de cajas por paleta	140	Cajas
Total de unidades por paleta	5040	Unidades
Peso neto por paleta :	1260.00	Kilogramos
Peso bruto por paletas	1479.75	Kilogramos
N° de paletas por embarque	3	Paletas
N° de unidades por embarque	14029	Unidades
N° de cajas por embarque	390	Cajas
Peso neto por embarque	3507.33	kilogramos
Peso bruto por embarque	4106.80	Kilogramos
N° de envíos año	6	Envíos
Nro de unidades anuales	84174	Unidades
N° de cajas anuales	2340	Cajas
Peso neto anual	21044	Kilogramos
Peso bruto anual	24641	Kilogramos

Fuente: Elaboración propia

4.4 Cadena de DFI de exportación

4.4.1 Determinación de requerimiento de insumos e infraestructura

a) De insumo

ANDEAN GRAIN SAC, tercerizará el proceso de elaboración de fideos de quinua en presentación de bolsa de 250 gr cada paquete, este servicio lo hará Molinos, el cual elaborará el producto en su planta de Los Olivos.

A continuación, se detalla el proceso logístico para obtención del insumo

Tabla 37: Proveedores de ANDEAN GRAIN SAC

Empresa	Ruc	Servicio
Agroindustria Cirmma	20363564055	Proveedor de harina de quinua.
Molinera Inca	20131895365	Servicio de procesamiento de Maquila.
Uniempack	20503386730	Proveedor de stretch film
Papelsa	20101927904	Proveedor de cartón corrugado.

Fuente: Elaboración Propia

Se le entregará a Molinos Inca, la harina de quinua otorgada por Agroindustria Cirmma para que Molinos Inca pueda procesar los fideos, asimismo, se le entregará bolsas de polipropileno transparentes sin ninguna información del futuro comprador para evitar que nos pueda hacer la competencia y exportar por su cuenta,

Molinos Inca SAC se encargará del proceso de elaboración de las fideos de quinua, del envasado, etiquetado y embalaje, además de las bolsas, se le enviarán cajas para que realice el rotulado del producto, una vez listo el rotulado se coordinará con el agente de aduana la contratación de una

transporte interno que recoja la mercadería en el almacén de Molino inca (empresa tercerizadora), una vez que se recojan las cajas de fideos ya paletizados esta mercadería se dirigirá al puerto para ser embarcada y seguir con los demás trámites aduaneros de exportación.



Figura 24: Cadena de producción de fideos de quinua.

Fuente: Elaboración propia

Cada una de las fases indicadas en la figura 23 será verificado por nuestro personal de logística, el cual velará porque todo el proceso se realice en los tiempos óptimos y se pueda cumplir con el tiempo de entrega indicado, asimismo el área de logística coordinará con el auditor de calidad para que este pueda ir a verificar la calidad del producto y que este cumpla con los requisitos exigidos en el mercado destino.

4.4.2 Establecer estrategias de suministros

La cadena de suministros es aquella conformada por todos los procesos y actividades que involucran a clientes y proveedores los cuales en conjunto colaborarán en la producción y distribución de la mercadería, cumpliendo con los tiempos y las cantidades acordadas para así satisfacer al consumidor final.

Tabla 38: Criterios para selección de Proveedores de Materia prima

Criterios	Agroindustria Cirnma	Agrofino Foods	Agro Fergi
Precio KG	1.47	2.25	1.98
Flete	280 usd/TM	245 usd/TM	280 usd/TM
Experiencia	15 años	10 años	7 años
Ubicación del proveedor	Puno	Arequipa	Puno
Puntualidad	Buena	Buena	Muy buena
Volumen de suministro	15 toneladas	12 toneladas	12 toneladas

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 39: Selección de proveedor de Materia Prima

Criterios	Nivel de importancia	Agroindustria Cirnma	Puntaje	Agrofino Foods	Puntaje	Agro Fergi	Puntaje
Precio KG	0.20	3	0.6	1	0.2	2	0.4
Flete	0.15	2	0.3	3	0.45	2	0.3
Experiencia	0.15	3	0.45	2	0.3	1	0.15
Ubicación del proveedor	0.12	2	0.24	3	0.36	2	0.24
Certificaciones	0.20	3	0.6	3	0.6	3	0.6
Volumen de suministro	0.18	3	0.54	2	0.36	2	0.36
TOTAL	1		2.73		2.27		2.05

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla 39 y después de haber evaluado los criterios se puede concluir que el proveedor de materia prima más conveniente para trabajar es la empresa Agroindustria Cirmma ya que es una empresa que además de brindarnos un precio competitivo por kilo de harina de quinua, también puede abastecernos hasta con 15 toneladas de harina de quinua al mes lo cual logrará abastecernos correctamente y si tuviéramos un aumento en la demanda también con esta cantidad podremos cubrirla.

Los datos del proveedor son los siguientes:

Contacto: Enrique Valdivia Alatrística (Gerente General)

Correo: evaldivia@cirmma.org.pe

Teléfono: +51 51 366029

Dirección: Parque Industrial Salcedo, Manzana N lote 11 y 12. Puno – Perú.

Proveedor de servicio de fabricación de pastas de quinua

El servicio de producción de Pasta de Quinua será brindado por la empresa Molinera Inca S.A. ubicada en la Av. Argentina, distrito de Lima, la cual se dedica a la molienda y elaboración de productos de harina.

Acuerdos a tener en cuenta con Molinera Inca S.A.:

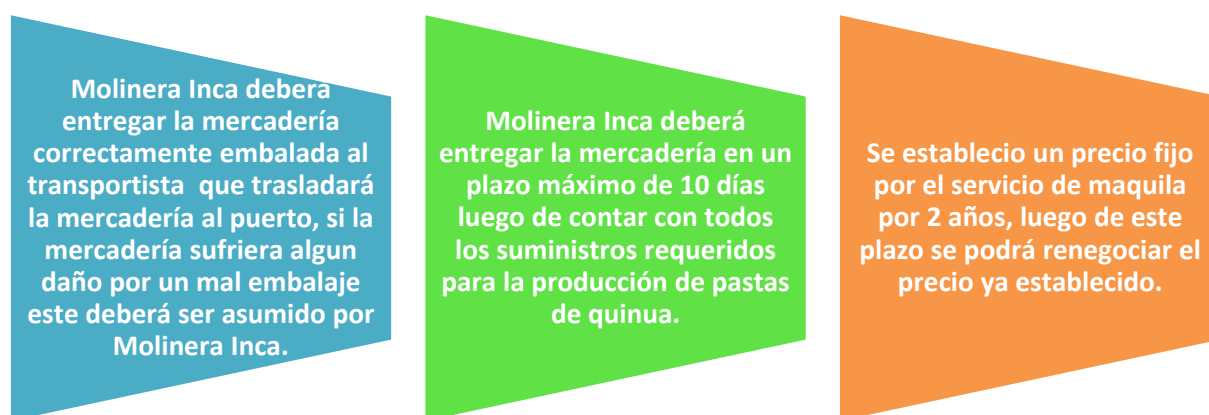


Figura 25: Acuerdos Molinera Inca S.A.

Fuente: Elaboración propia.

Suministro (abastecimiento):

- Contrato con la empresa proveedora de materia prima Agroindustria Cirnma en Puno, el cuál proporcionará 3500 kilos de harina de quinua orgánica mensual para la producción de fideos de quinua, este contrato tendrá vigencia de un año.
- Se contratará a Transportes Villanueva SA para el traslado de la harina de quinua al almacén de la empresa tercerizadora Molinera Inca ubicada en el Los Olivos.
- Nuestra empresa contará con proveedores certificados, los cuales nos garanticen calidad en los suministros que nos brindan lo cual se verá reflejado en el producto final.
- Los pedidos de materia prima serán programados con 15 días de anticipación.

De la Infraestructura:

- La empresa Andean Grain SAC estará ubicada en: Av. Oscar Benavides (Ex colonial) 4531.
Callao
- En este local de 90 m2, funciona nuestra oficina administrativa, la cual está ubicada cerca al Puerto del Callao.
- En esta oficina se encuentran las siguientes áreas: comercial, logística y administración, es un ambiente acogedor con las comodidades suficientes para el buen desarrollo de trabajo.
- Todos los ambientes de la oficina están debidamente señalizados según la normativa de Defensa Civil, para llevar a cabo este proyecto se diseñará un plano de la empresa, el cual se presenta a continuación:



Figura 26: Señalización de la oficina administrativa de la empresa ANDEAN GRAIN SAC.



Figura 27: Layout de la empresa ANDEAN GRAIN SAC.

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 27, se observa el layout de nuestra empresa ANDEAN GRAIN SAC, cuenta con los ambientes abiertos ya que este estilo es lo que las empresas están manejando actualmente, ya no se estila tener oficinas con separaciones sino se busca una mayor interacción entre las áreas y sobretodo transmitir transparencia laboral, con este estilo también se logra que los trabajadores se dediquen más a sus labores y no tanto a su temas personales ya que al estar abiertas estos no podrán

estar muy pendiente de sus celulares o haciendo trabajos de sus centros de estudios ya que su compañero de al costado o su jefe se podría dar cuenta de estas actividades que no son alineados con su trabajo.

Molinos Inca será la empresa procesadora que nos brindará el servicio de transformación de producto, el envasado y embalado de la mercadería.

Esta empresa cuenta con las certificaciones de HACCP y buenas prácticas de manufacturas exigidas por el mercado destino Estados Unidos.

Determinación de proceso productivo:

A continuación, se presenta el diagrama de flujo del proceso productivo para procesar la pasta de quinua de quinua.



Figura 28: Proceso productivo.

Fuente: Elaboración Propia.

El proceso indicado en la figura 28 es el utilizado por la empresa de maquila, quién se encarga de procesar el producto y además del envasado y embalado, nosotros le proporcionamos todos los suministros.

En Perú

En nuestro país estas son las instituciones relacionados con la exportación de nuestro producto:

Dirección Nacional de Salud Ambiental (DIGESA): Este órgano técnico-normativo se encarga del saneamiento básico, de la salud ocupacional, higiene alimentaria, zoonosis y de la protección del medio ambiente.

Su función principal es el de normar y evaluar el proceso de salud ambiental en el sector, así como también evaluar los factores de riesgo químico, físicos y biológicos externos al ser humano, también evalúa la inocuidad de los alimentos para el consumo humano.

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT):

La SUNAT es un órgano encargado de la administración aduanera y de la recolección de impuestos. Una de sus principales responsabilidades en cuanto a comercio exterior es garantizar la correcta aplicación de tratados y convenios internacionales.

Entidad Certificadora de emisión de certificados de Origen:

Es la entidad gremial en cargo por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), el cual es el ente que recibe la información brindada por el usuario para evaluar si cumple con las normas de origen del acuerdo y /o régimen de preferencia invocado, cuando está concluida la verificación se procede a expedir el certificado de origen.

El importador deberá contar con certificados de origen o declaración de origen para acogerse a un acuerdo o régimen preferencial que goza el Perú, para lo cual se solicitará trato preferencial al país destino de la mercadería.

Nuestro producto está libre del pago de arancel con la presentación de certificado de origen de nuestro país, lo cual es una ventaja competitiva frente a otros países que no cuentan con esta preferencia.

En Lima quienes certifican el origen de la mercadería son ADEX, la Cámara de Comercio de Lima y la Sociedad Nacional de Industrias.

Sistema de análisis de peligros y de puntos críticos de control (HACCP)

Es un sistema que identifica peligros específicos (biológicos, químicos y físicos).

En el Perú, el sistema HACCP es obligatorio su aplicación tanto para productos de mercado nacional o internacional de acuerdo a la norma sanitaria para la aplicación del sistema HACCP en la fabricación de alimentos y bebidas.

➤ En Estados Unidos

Requisitos no arancelarios: Son medida establecidas por el gobierno estadounidense para controlar el flujo de mercancías con los demás países. A pesar de no contar con un tratado de libre comercio con dicho país, los productos alimenticios que provengan de cualquier parte del mundo deben cumplir con ciertas exigencias que aseguren la calidad del producto y difundan seguridad a los consumidores.

Entre las principales certificaciones que exige Estados Unidos tenemos:

- **Registro ante FDA:**

Si se fabrica, procesa, empaca o almacena alimentos para el consumo humano o animal, se debe registrar ante la FDA, este registro debe renovarse cada dos años.

- **Designar un agente de EEUU:**

Al registrarse, se designa un agente, quién debe estar ubicado físicamente en el país y estar disponible las 24 horas del día, en caso que la FDA se ponga en contacto para hacer preguntas acerca de los envíos y programar las inspecciones correspondientes.

- **Etiquetar sus productos:**

Las regulaciones de la FDA son estrictas y extensas e incluyen desde los ingredientes a los tamaños de fuentes utilizadas, verificar bien el reglamento a fondo.

- **Enviar notificación previa:**

Es cuando el producto está correctamente etiquetado y listo para enviar, se debe informar a la FDA que la carga está llegando a su país. La presentación de la notificación previa ante la FDA va a depender del modo del envío de transporte.

- **FDA (Food and Drug Administration):** Agencia del gobierno de Estados Unidos encargada de regular todo lo relacionado con el ámbito sanitario (alimentos, medicamentos, equipos médicos, cosméticos, etc). Es la encargada de hacer cumplir la ley federal de alimentos y cosméticos, ley de salud pública y etiquetado de alimentos con otras entidades.

- El exportador debe registrarse ante este organismo quién se encarga de controlar los productos que van a ingresar al mercado estadounidense.

- **Notificación previa de alimentos importados (prior notice):** Presentar un aviso previo ante la U.S. FDA antes de que el envío de alimentos entre a los Estados Unidos. La U.S. FDA emitirá un número de confirmación de Aviso previo junto con un código de barras que deberá acompañar a la mayoría de los cargamentos y envíos de alimentos. En nuestro caso, se tiene, no más de 15 días antes del arribo o hasta 8 horas antes que llegue la

mercadería a puerto para completar el prior notice, en caso de no presentar la notificación previa del producto, Estados Unidos se negará el ingreso de la mercadería a su país.

- **Empaque:** El empaque de los productos debe contener y proteger los productos durante su almacenamiento, comercialización y distribución. El producto debe ser exhibido en buenas condiciones con el fin de que motive y de confianza al comprador. Un requisito exigido por el mercado y no por el gobierno es el codificador universal de productos (UPC o código de barras).
- **Embalaje:** Se establecen regulaciones para las cargas paletizadas y unitarizadas, la cual consiste en agrupar piezas de carga en unidades de mayor volumen, tales como pallets o contenedores para facilitar su manejo.
- **Transporte:** Hay requisitos que cumplir de cómo deben ser realizado el transporte físico según los productos exportados a EEUU, las regulaciones tienen que ver con la temperatura, humedad relativa y composición atmosférica.
- **Etiquetas:** Debe estar expuesta de manera visible y en términos fácilmente legibles y comprensibles para el consumidor ordinario en condiciones normales de compra.

Dentro de las competencias de la FDA, está calificado para suspender inmediatamente aquellos alimentos que considere que exista evidencia o información probable que estos alimentos son una amenaza seria a la salud o a la vida de las personas o animales.

Norma internacional para la protección Fitosanitaria: Esta norma fue diseñada y aprobada por la convención Internacional de Protección fitosanitaria (CIPF). La norma determina que las tarimas y embalajes de madera deben someterse a tratamientos térmicos para impedir el alojamiento de plagas. Las tarimas deben tener un sello que indiquen que han sido tratadas en conformidad con las regulaciones establecidas (NIF 15).

4.4.3 Determinación del operador Logístico

Para la búsqueda de operadores logísticos internacional se tomó en cuenta los siguientes factores: Precio, ubicación, servicio de transporte interno (planta de maquila – puerto del Callao), seguro de la carga, personal y certificados.

Para esta selección se contactó con 3 operadores logísticos.

Tabla 40: Criterios de selección para escoger al operador logístico.

Criterios	NEW FORWARDING	CEVA LOGISTIC	UPS
Precio	Alto	Alto	Medio
Ubicación	Callao	Miraflores	Callao
Servicio de transporte interno	SI	SI	SI
Seguro del camión	SI	SI	SI
Personal	Personal rotativo	7 despachadores	7 despachadores
Certificación	NO	SI	SI

Fuente: New forwarding, Ceva Logistic, UPS.
Elaboración Propia.

Tabla 41: Selección de operador Logístico

Criterios	Nivel de importancia	NEW FORDWARDING	Puntaje	CEVA LOGIS TIC	Puntaje	UPS	Puntaje
Precio	0.2	2	0.4	2	0.4	3	0.6
Ubicación	0.15	3	0.45	2	0.3	3	0.45
Servicio de transporte interno	0.15	3	0.45	3	0.45	3	0.45
Seguro del camión	0.2	3	0.6	3	0.6	3	0.6
Personal	0.1	2	0.2	3	0.3	3	0.3
Certificación	0.2	1	0.2	3	0.6	3	0.6
TOTAL	1		2.3		2.65		3.00

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo al resultado obtenido de la tabla 41, lo más conveniente es trabajar con UPS, quién será el encargado de trasladar la mercadería del almacén de la empresa al puerto del Callao, ingreso de la carga al depósito temporal, servicio de agenciamiento de aduanas y todos los trámites respectivos para la salida definitiva de la carga.

Técnicas de cuantificación de demora

Mediante la presente tabla se muestran los tiempos que demora la mercadería desde que se coloca la orden de pedido hasta el transporte de la mercadería al puerto.

Tabla 42: Cuantificación de la demora

Proceso	Tiempo (Días)/ Horas
Compra de insumos	5 días
Elaboración del producto	7 días
Empaquetado	1 día

Unitarización de pallets	1 día
Ingreso a terminal de almacenamiento	5 horas
Aduanas	1 día

Fuente: Elaboración propia

5. PLAN DE COMERCIO EXTERIOR

5.1 Fijación de precios

5.1.1 Método de fijación

La empresa ANDEAN GRAIN SAC ha determinado su precio de venta en base a dos métodos. El primer método utilizado es basado en la competencia, en donde se evalúa cuál es el precio promedio de venta que ofrece el mercado por el producto y conociendo este se utiliza el método en base a costos donde se determina el costo unitario, al cual se le adiciona un margen de ganancia para obtener un precio acorde al mercado.

La empresa fijará el precio de venta una vez hallado el costo unitario de cada unidad de fideos de quinua, al cual se le calculará un margen de ganancia el cual le permita obtener un precio competitivo para la empresa y que este de acuerdo al precio de la competencia. Para determinar el precio de venta también se tomará en cuenta el incoterm utilizar, la cantidad que solicite, precios de la competencia entre otros. Es muy importante determinar en que incoterm se vende el producto ya que de ello depende sumarle mayores costos logísticos.

Políticas de precios:

- Analizar las condiciones de entrega de la mercadería, bien sea en fábrica, en aeropuerto, en locales del comprador, etc.

- Políticas sobre rendimiento de inversión.
- Política sobre participación en el mercado (porcentaje a base de empresas competidoras a la nuestra).
- Política de aumentar ganancia.
- Políticas competitivas (fijar precio de acuerdo a la competencia y al producto).

Tabla 43: Principales precios a nivel mundial de la partida 190219

(Precio por tonelada en dólares americanos)

Importadores	valor importada en 2012	valor importada en 2013	valor importada en 2014	valor importada en 2015	valor importada en 2016
Mundo	1.25	1.23	1.24	1.20	1.11
Estados Unidos de América	1.71	1.77	1.75	1.75	1.65
Alemania	1.09	1.22	1.23	1.13	1.06
Francia	1.13	1.13	1.11	1.01	9.84
Japón	1.65	1.63	1.57	1.52	1.45
Canadá	1.55	1.58	1.50	1.46	1.36
Corea, República de	1.27	1.27	1.24	1.22	1.19
Reino Unido	1.01	1.08	1.19	1.16	1.03
Hong Kong, China	1.21	1.34	1.43	1.54	1.46
Australia	1.91	1.91	1.82	1.68	1.63

Fuente: Trademap 2017

Elaboración propia.

En la tabla 43, se aprecian los precios por tonelada de la partida analizada en donde figuran los principales mercados importadores en los últimos 5 años a nivel mundial.

Tabla 44: Principales precio de las exportaciones peruanas de la partida 1902190000

(precio por kilogramos en dólares americanos)

Importadores	2013	2014	2015	2016
Estados Unidos de América	8.64	8.66	8.92	9.15

Fuente: Adex data trade 2017
Elaboración propia.

Tabla 45: Principales precios de empresa peruana que exportan en la partida 1902190000 al mercado de Nueva York (Precio por unidad en dólares americanos)

RUC	Razón Social	US\$ FOB	Peso Neto (Kg)	Precio x Kilo
20491855020	INTERAMSA AGROINDUSTRIAL S.A.C.	9607.35	1850.94	6.73

Fuente: Adex data trade (2017)
Elaboración propia.

Determinación de precio

Tabla 46: Costo producto tercerizado
(Expresado en dólares)

Producto	Costo Unitario	Cantidad	Costo por embarque	Costo anual
Harina de quinua (kg)	1.46	3500	5,110.00	30,660.00
Transporte de Puno a Lima	0.27	3500	945.00	5,670.00
Costo de producto tercerizado por unidad	0.20	14029	2,805.80	16,834.80
Caja de cartón corrugado	0.32	390	124.80	748.80
Envase	0.03	14029	420.87	2,525.22
Embalaje y rotulado	0.07	390	27.30	163.80
Total de insumos en productos			9,433.77	56,602.62

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 47: Costos de exportación
(Expresado en dólares)

Descripción	Costo unitario	costo por embarque	Costo anual
Certificado de origen	15.00	15	90
Emisión de BL	35.00	35.000	210
Derecho de embarque	220.00	220.000	1320
Agenciamiento de aduanas (0.30% FOB)	170	170	1020
Gastos operativos	40	40	240
Aforo físico	36	36	216
Almacén marítimo (Neptunia)	254.88	254.88	1529.28
Vistos buenos	155.76	155.76	934.56
Recojo lima- callao	65	65	390
Carta de crédito	230	230	1380
Asignación de contenedor	200	200	1200
Permiso de SENASA	39	39	234
Certificado Fitosanitario	78	78	468
Palet NIMF 15	20.50	61.5	369
Total		1600.14	9600.84

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 48: Gasto de personal
(Expresado en dólares)

CARGO	SUELDO	PAGO ANUAL	VACACIONES 15 DIAS	SUB TOTAL	ESSALU D 9%	TOTAL ANUAL
GERENTE GENERAL	909.09	10,909.09	454.55	11,363.64	1,022.73	12,386.36
ASISTENTE DE LOGÍSTICA	363.64	4,363.64	181.82	4,545.45	409.09	4,954.55
ASISTENTE COMERCIAL	363.64	4,363.64	181.82	4,545.45	409.09	4,954.55
ASISTENTE ADMINISTRATIVO -	363.64	4,363.64	181.82	4,545.45	409.09	4,954.55

AUDITOR DE CALIDAD EXTERNO)	121.21	1,454.55		1,454.55	0	1,454.55
CONTADOR (EXTERNO)	121.21	1,454.55		1,454.55	0	1,454.55
TOTAL	2242.42	26909.09	1,000.00	27909.09091	2250	30159.09

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 49: Gastos fijos
(Expresado en dólares)

Materiales	Mensual	Anual
Pago de alquiler de local	280.00	3,360.00
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	70.00	840.00
total gastos fijos	350	4200

Fuente: Elaboración propia

Tabla 50: Gastos administrativos

(Expresado en dólares americanos)

Materiales de oficina	Costo mensual	Costo anual
Útiles de escritorio	25.00	300.00
total gastos administrativos	25	300

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 51: Gastos de Marketing
(Expresado en dólares americanos)

Descripción	Total
Página web	120
Participación en ferias (stand)	2,800.00
Decoración de stand	500
Pasaje	1500
Hospedaje	350
Movilidad	70
Alimentación	150

Merchandising(folletos, tarjetas, muestras)	750
Gasto de Marketing	6240

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 52: Costos fijos
(Expresado en dólares americanos)

Descripción	Total
Gastos de personal	30,159.09
Materiales indirectos	60.00
Gastos fijos	4,200.00
Gastos administrativos	300.00
Gastos de ventas	6,240.00
Total costo fijo	40959.09

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 52 se observa los costos fijos en los que va a incurrir la empresa, los costos fijos son aquellos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, comercialice o no comercialice igual debe pagarlos, los costos fijos de la empresa están constituidos por gastos de personal, materiales indirectos, gastos fijos, gastos administrativos y gastos de marketing lo que hacen un total para el primer año de \$40, 959.09

Tabla 53: Costos variables
(Expresado en dólares americanos)

Descripción	Total
Costo de producto tercerizado	56602.62
Costo de exportación	9,600.84
Total costo variable	66203.46

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 54: Costos Totales
Expresado en dólares americanos

Costo fijo	Costo variable	Costo total
40,959.09	66,203.46	107,162.55

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 54 se observa el costo total en el que va a incurrir la empresa. Costo total de la empresa que está constituido por la suma del costo fijo y variable los cuales hacen un total de \$ 102, 285.36 en el primer año.

Tabla 55: Estructura de precio
Expresado en dólares americanos

Descripción	Total
CVU	0.79
CFU	0.49
Costo Unitario	1.27
Margen de ganancia	25%
Valor de venta	1.59
IGV	0.00
Precio venta FOB (caja x 500gr)	1.59

Fuente: Elaboración propia.

Cabe indicar que el costo variable unitario de \$0.79 se determina del costo variable total \$66,203.46, entre la cantidad de unidades de fideos de quinua que se venderán en el primer año (84 174 und); el costo fijo unitario de \$0.49 se determina dividiendo el costo fijo total \$40,959.09 entre la cantidad de unidades de fideos de quinua que se venderán en el año (84 176 und) a este resultado se le agrega el margen de ganancia equivalente al 25% para que nos dé como resultado el precio de venta en términos FOB a \$1.59 por caja de fideos de quinua de 250 gr.

5.1.2 Cotización internacional

La tendencia de los importadores norteamericanos es utilizar el incoterm FOB en sus importaciones cuando la compra sea vía marítima, bajo este incoterm el comprador está obligado a asumir el flete

y seguro de la carga, entre otros riesgos y obligaciones del incoterm pactado las cuales surgen a partir que se realiza la entrega de la mercadería a bordo del buque en el puerto de origen (Callao-Perú).

Tabla 56: Modelo de cotización

		Andean Grain SAC		
		Av. Oscar Benavides (Ex colonial) 4531. Callao Teléfono: (051) 505- 8547		
		email: ventas@andeangrain.com		
Proforma Invoice	N°180245	Lima City, May,2017		
Buyer:	Family Food Distributors Inc.			
Attention	Mr.Richard Setton Ceo			
email:	info@familyfooddist.com http://www.familyfooddist.com/			
Item	Description	Quantify	Unit Price	(US\$)
1	Quinoa noodles	14 029	1.59	22,306.11
			Total	22,306.11
Incoterm	FOB CALLAO (2010)			
Delivery time:	30 days Reception purchase orden			
Payment	30 days L/C			

Fuente: Elaboración propia.

5.2 Contrato de exportaciones

5.2.1 Contrato de compra venta internacional

Primero se enviará la proforma invoice al cliente de acuerdo al requerimiento recibido, el cliente confirmará mediante una orden de compra o enviando la proforma invoice firmada por su

representante legal u persona encargada de compra, finalmente se confirmará de esta manera el contrato de compra venta.

5.2.2 Negociación de condiciones de compra venta

La empresa Andean Grain SAC establecerá contratos de negociación, con el objetivo de planificar las futuras ventas estableciendo una relación de negociación el cliente, la cual se deberá fortalecer con tiempo y se debe generar confianza con el cliente, se tomará en cuenta lo siguiente:

- Cotizar el requerimiento lo más antes posible.
- Aprender la cultura y costumbres del cliente para lograr una mejor negociación.
- Mantener una buena relación con el cliente.
- Llegar puntual siempre que se pacten reuniones.
- Respetar los acuerdos establecidos.

5.2.3 Elaboración de contratos adecuados al plan de negocios

El contrato de compra venta internacional que realizará la empresa **ANDEAN GRAIN SAC** será de acuerdo al acuerdo de la Convención de Viena, asimismo este contrato fue revisado y aprobado por el comprador antes de la emisión final.

CONTRACT FOR THE INTERNATIONAL DISTRIBUTION OF GOODS PARTIES

Supplier

ANDEAN GRAIN SAC

Legal form

Sociedad Anónima Cerrada

Country of incorporation

Perú

Address

Av. Oscar Benavides (Ex colonial) 4531, Callao. ventas@andeangrain.com

Represented by:

Katherine Calderón Monge.

Calle Ramón Zavala 423 –SMP.

General Manager

Distribuidor: **Family Food Distributors Inc.**

Country of incorporation

United States

Address

New York, New Jersey, Connecticut, Pennsylvania, Carolina del Norte, Chicago, y Massachusetts.
Teléfono (201) 997 7689

Represented by

info@familyfooddist.com

Background

Andean Grain SAC is a company incorporated by public deed dated December 2016, extended before a Notary Public of lima, corporate purpose is manufacture and export of foods.

Object of the contract

Considering the activities that each of the parts made, both are proof by this document, wich agree to conclude a purchase agreement, whereby the buyer, agree to pay the goods sent one in the place designated by both parts.

“Seller” agree to send the quinoa noodles from the place determined by both parties in the period to be indicated by the “buyer”.

PRIMERA: (OBJETO DEL CONTRATO)

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

- Mercadería: Fideos de quinua
- Presentación: será presentado en bolsa de polipropileno de 250gr.
- Cantidad: 14, 029 unidades (360 cajas, cada caja contiene 36 unidades de fideos de 250 gr c/u)

Asimismo, el comprador se compromete a pagar la mercancía enviada una vez recibida en el lugar propuesto por ambas partes.

SEGUNDA: (OBLIGACIONES DEL VENDEDOR)

Son obligaciones de “EL VENDEDOR”

“El vendedor” se compromete a transportar y entregar la mercadería en el lugar y plazo determinado, previo acuerdo y en las condiciones requeridas por el “comprador”.

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

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

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

TERCERA: (OBLIGACIONES DE EL COMPRADOR)

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

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

“El comprador” deberá pagar todos los derechos relativos a la mercancía desde que haya recibido la carga, así como de cualquier otro gasto opcional que haya incurrido.

CUARTA: (TRASPASO DE RIESGOS Y DE LA PROPIEDAD)

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

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

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

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

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

QUINTA: PRECIO Y MODALIDAD DE PAGO

Como el resultado de la valorización de la mercancía, el precio pactado por unidad es de \$2.51 dólares americanos y la cantidad pactada en el primer embarque es de \$ 18975.60 el cual será cancelado por el comprador a través de crédito documentario.

La carta de crédito estará a cargo del BBVA, que incluye los intereses compensatorios de una tasa efectiva mensual de 3.5%.

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

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

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

.....
El vendedor

.....
El comprador

5.3 Elección y aplicación del INCOTERM

El incoterm a utilizar será FOB, que significa que el vendedor entrega la mercadería a bordo del buque designado por el importador en el puerto de embarque indicado. El riesgo de pérdida o daño a la mercancía se transmite cuando la mercancía está a bordo del buque y el importador corre con todos los costos desde ese momento en adelante.

Con la utilización del Incoterm correspondiente se puede definir lo siguiente:

- Gastos y riesgos
- Obligaciones de entrega y recepción de mercadería.
- Responsabilidades sobre seguro, transporte de la carga y formalidades aduaneras.

FOB (Free on board)

Obligaciones del vendedor bajo Incoterm FOB

Entrega de la mercancía y documentos necesarios

Empaquetado y embalaje

Transporte interior en el país de origen

Aduana en origen

Gastos de salida

Obligaciones del comprador bajo Incoterm FOB

Pago de la mercancía

Flete internacional

Seguro

Gastos de llegada

Aduana en destino

Transporte interior en el país de destino

Pago de aranceles

5.4 Determinación del medio de pago

La utilización de un medio de pago en el desarrollo de las operaciones comerciales internacionales es imprescindible, es para los exportadores como importadores una constante inquietud en obtener un equilibrio entre la seguridad del cobro de la mercancía exportada y la adecuada recepción por parte del importador y los costos que implica la operación de cobranza internacional.

Es por ello que se debe tener en cuenta que la elección del medio de pago depende de los siguientes factores:

- Tamaño y frecuencia de las operaciones y negociaciones.
- Las normas legales existentes del país del importador.
- Los términos de negociación (Incoterm)
- El conocimiento y confianza entre el comprador y vendedor.
- Antecedentes comerciales y financieros del importador.
- Entorno económico del país del importador, el factor económico –político es muy importante evaluar.
- Los costos bancarios que implican la utilización de determinadas formas de pago y medios de pago internacionales.

Nuestra empresa aplicará el pago mediante carta de crédito irrevocable, confirmada y a la vista.

5.4.1 Créditos documentarios

Es el medio de pago en el cual el banco emisor actuando en solicitud del importador se compromete a pagar o aceptar las letras de cambio giradas por el beneficiario contra la presentación de documentos exigidos, estrictamente de acuerdo a los términos o condiciones del crédito.

La carta de crédito es el medio más seguro. Los bancos se responsabilizan por el pago, siempre y cuando se cumplan los términos y condiciones de la carta de crédito.

Esquema de flujo de una Carta de Crédito de Importación:



Figura 29: Flujograma carta de crédito

El tipo de carta de crédito utilizado por la empresa será irrevocable, confirmada y a la vista.

- **Irrevocable:** Una vez emitida la carta de crédito no puede modificarse o cancelarse sin el consentimiento del banco emisor traduciéndose así en seguridad y confianza en la operación.

- **Confirmada:** Compromiso firme de pago del banco confirmador (adicional al banco emisor) contra documentos en estricto orden y de acuerdo con lo estipulado.
- **A la vista:** El exportador recibe el pago, cuando el banco confirmador comunica que los documentos de la exportación están conforme a los términos y condiciones de la carta de crédito.

5.5 Elección del régimen de exportación

La empresa Andean Grain SAC, se acogerá al régimen de exportación definitiva, ya que según SUNAT es el régimen que permite la salida de mercancías nacionales para su uso o consumo definitivo en el exterior y que superen los US\$ 5, 000.00 en el monto exportado los cuales requiere los servicios de un Agente de aduanas.

5.6 Gestión de despacho de aduanas

1. El despachador de aduanas transmite electrónicamente la información de los datos provisionales contenidos en la Declaración Aduanera de mercancías (DAM) a la intendencia de aduana en la jurisdicción donde se encuentra la mercancía.
2. Se valida los datos de la DAM, procediendo con la conformidad de los datos.
3. Se procede a imprimir la DAM para el ingreso de la mercancía en Zona Primaria.
4. Se ingresa la mercancía al depósito temporal requisito previo a la selección del canal de control de la DAM.
5. El almacenero, concluirá la recepción de la mercancía, llevando el registro electrónico donde se consigne la fecha y hora del ingreso de la mercancía.

6. Se transmitirá vía electrónica la información relativa a la recepción de la mercancía. El plazo estipulado es de 2 horas computadas a partir del momento en el que el despachador de aduana presenta el DAM al almacenista.
7. Luego se valida la información transmitida. Con ello se le asigna el canal. Como Andean grain SAC es una empresa nueva es más probable que le asignen canal rojo.
8. En el terminal de almacenamiento, el almacenero debe estampar el sello de admitido o ingresado en el DAM.
9. En el reconocimiento físico, se verificarán la naturaleza, valor y peso de la mercancía. Asimismo, se verificará que haya sido correctamente clasificada, esto se efectúa en presencia del exportador y/o despachador de aduana y/o representante del almacén es en forma aleatoria.
10. Las mercancías deben ser embarcadas dentro del plazo de treinta (30) días calendario contados a partir del día siguiente de la fecha de numeración de la DAM con datos provisionales.
11. Las regularizaciones de la exportación se efectúan dentro del plazo máximo de treinta (30) días calendario computados a partir del día siguiente del término del embarque.

5.7 Flujograma de exportación

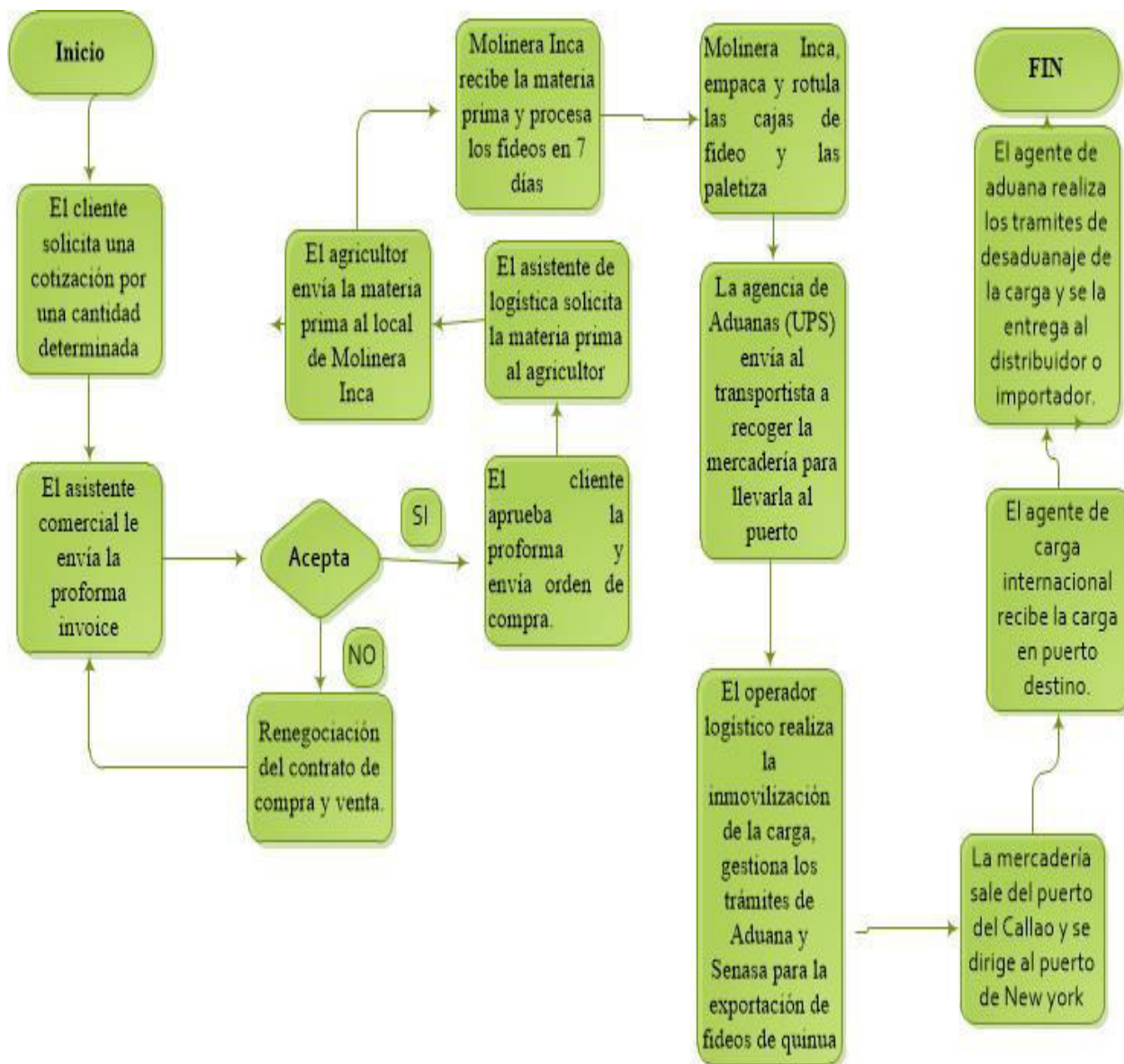


Figura 30: Flujograma de exportación

Fuente: Elaboración propia

5.8 Flujoograma de Comercio Exterior

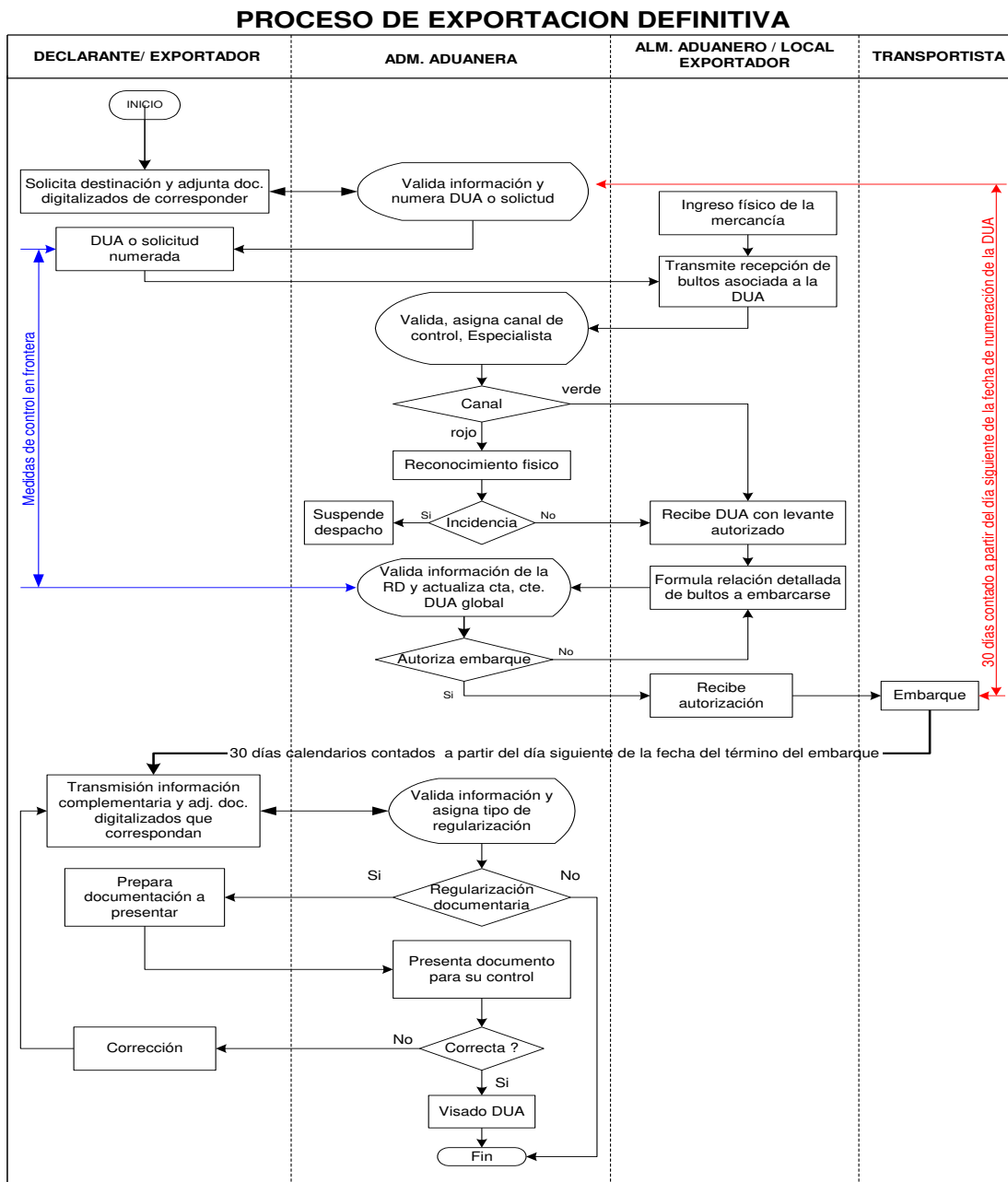


Figura 31: Flujoograma de exportación Definitiva.

Fuente: SUNAT

6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1 Inversión fija

6.1.1 Activos Tangibles

Tabla 57: Activos tangibles
(Expresado en dólares)

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo
Muebles y enseres			
Escritorios	4	85.00	340.00
Sillas giratorias	4	28	112.00
Muebles de espera	1	300	300.00
Estante de madera	1	90	90.00
Mesa	1	123	123.00
Equipos			
Computadoras	4	546.50	2,186.00
Impresora Multifuncional	1	150	150.00
Costo de equipos y herramientas			3,301.00

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N°57, se observa la inversión en activos tangibles que se realizará para ser utilizados en la empresa, se constituirán como muebles y enseres.

6.1.2 Activos Intangibles

Tabla 58: Activos intangibles

Datos de inversión	Inversión
Diseño de página web	120
Marca	182
Constitución de la empresa	106
Licencia de funcionamiento	77
Garantía del local	560
Inversión intangible	1045

Fuente: Elaboración propia.

6.2 Capital de trabajo

Tabla 59: Capital de trabajo

Capital de trabajo en USD			
Concepto	Costo Unitario	Costo mensual	Costo cuatrimestral
Valor actual en Capital de Trabajo		22,898.78	63,875.10
Capital de Trabajo		19,898.78	60,875.10
Caja		3,000.00	3,000.00
Costos de producción		9433.77	37,735.08
Harina de quinua (kg)	1.46	5,110.00	20,440.00
Transporte de Puno a Lima	0.27	945.00	3,780.00
Costo de producto tercerizado por unidad	0.20	2,805.80	11,223.20
Caja de cartón corrugado	0.32	124.80	499.20
Envase	0.03	420.87	1,683.48
Embalaje y rotulado	0.07	27.30	109.20
Gastos de personal		2242.42	8969.70
Gerente General	909.09	909.09	3,636.36
Asistente de Logística	363.64	363.64	1,454.55
Asistente Comercial	363.64	363.64	1,454.55
Asistente Administrativo	363.64	363.64	1,454.55
Auditor de Calidad (Externo)	121.21	121.21	484.85
Contador (Externo)	121.21	121.21	484.85
Costos indirectos		7.44	29.77
Escoba	1.67	1.67	6.66
Recogedor	1.21	1.21	4.85
Ácido muriático	2.30	2.30	9.20
Plumero	0.90	0.90	3.60
Desinfectante	1.36	1.36	5.45
Gastos fijos		350.00	1400.00
Pago de alquiler local	280.00	280.00	1,120.00
Servicios (luz, agua, teléfono, internet)	70.00	70.00	280.00
Costos de exportación		1600.14	6400.56
Certificado de origen	15.00	15.00	60.00
Emisión de BL	35.00	35.00	140.00
Derecho de embarque	220.00	220.00	880.00
Agenciamiento de aduanas (0.30% FOB)	170.00	170.00	680.00
Gastos operativos	40.00	40.00	160.00
Reconocimiento previo	36.00	36.00	144.00
Almacén marítimo (Neptunia)	254.88	254.88	1,019.52

Vistos buenos	155.76	155.76	623.04
Recojo lima- callao	65.00	65.00	260.00
Carta de crédito	230.00	230.00	920.00
Asignación de contendor	200.00	200.00	800.00
Permiso de SENASA	39.00	39.00	156.00
Certificado Fitosanitario	78.00	78.00	312.00
Pallet NIMF 15 (1000 x 1200 mm)	20.50	61.50	246.00
Gastos administrativos		25.00	100.00
Útiles de escritorio	25.00	25.00	100.00
Gastos de ventas		6240.00	6240.00
Página web	120.00	120.00	
Participación en ferias (stand)	2,800.00	2,800.00	
Decoración de stand	500.00	500.00	
Pasaje	1,500.00	1,500.00	
Hospedaje	350.00	350.00	
Movilidad	70.00	70.00	
Alimentación	150.00	150.00	
Merchandising(folletos, tarjetas, muestras)	750.00	750.00	

Elaboración: Propia

En la tabla N° 59, se puede observar los recursos económicos que la empresa Andean Grain SAC necesitará para poner en marcha la empresa durante los primeros meses, es decir, es el egreso de dinero que tendrá que cubrir los gastos de los 4 primeros meses hasta que los ingresos lo puedan hacer por sí mismos.

6.3 Inversión Total

Tabla 60: Inversión Total
(Expresado en dólares)

Datos de inversión	Inversión
Diseño de página web	120
Marca	182
Constitución de la empresa	106
Licencia de funcionamiento	77
Garantía del local	560
Inversión intangible	1045.00

Equipos y maquinaria	2336
Muebles y enseres	965.00
Inversión Tangible	3,301.00
Capital de trabajo	63,875.10
Inversión total	
Inversión tangible	3,301.00
Inversión Intangible	1045.00
Capital de trabajo	63,875.10
Total	68,221.10

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N°60, se detallan las inversiones que se requieren para la comercialización de fideos de quinua. Los montos están expresados en dólares. El total de dinero a invertir en activos tangibles será de \$ 3,301.00, la inversión en activos intangibles es de \$1,045. 00 y el capital de trabajo que requiere la empresa para operar es de \$ 63,875.00. Por lo tanto, la inversión total requerida para este proyecto es de \$ 68,221.10, se observa que el mayor porcentaje está representado por el capital de trabajo con un 93.63 % del total, mientras los activos tangibles representan 4.84 % y los activos tangibles 1.53% del total.

6.4 Estructura de Inversión y financiamiento

Tabla 61: Estructura de financiamiento de la inversión
(Expresado en dólares)

Datos de financiamiento	
% Aporte propio	40%
% Financiado	60%
Préstamo a mediano plazo	40,932.66
Aporte propio	27,288.44
Total	68,221.10

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N°61, se detalla la estructura de financiamiento de la empresa, la cual está constituida por el aporte de capital propio de 40% que es necesario para poder comercializar el producto, el 60% restante será financiado por un préstamo. El aporte de capital propio es de \$ 27,288.44, mientras que el financiado con un préstamo bancario es de \$ 40,932.66.

Tabla 62: Flujo de caja de deuda
(Expresado en dólares)

Meses	Saldo Deudor	Interés	Amortizacion	Renta	Ahorro tributario	Flujo de caja después del impuesto
0	40932.66					
1	39566.84	768.28	1365.82	2134.10	11.52	2122.58
2	38175.38	742.64	1391.46	2134.10	11.14	2122.96
3	36757.80	716.52	1417.58	2134.10	10.75	2123.35
4	35313.62	689.92	1444.18	2134.10	10.35	2123.75
5	33842.33	662.81	1471.29	2134.10	9.94	2124.16
6	32343.43	635.20	1498.90	2134.10	9.53	2124.57
7	30816.39	607.06	1527.04	2134.10	9.11	2124.99
8	29260.69	578.40	1555.70	2134.10	8.68	2125.42
9	27675.79	549.20	1584.90	2134.10	8.24	2125.86
10	26061.15	519.45	1614.65	2134.10	7.79	2126.31
11	24416.19	489.15	1644.95	2134.10	7.34	2126.76
12	22740.37	458.27	1675.83	2134.10	6.87	2127.23
13	21033.09	426.82	1707.28	2134.10	6.40	2127.70
14	19293.76	394.78	1739.32	2134.10	5.92	2128.18
15	17521.79	362.13	1771.97	2134.10	5.43	2128.67
16	15716.56	328.87	1805.23	2134.10	4.93	2129.17
17	13877.45	294.99	1839.11	2134.10	4.42	2129.68
18	12003.82	260.47	1873.63	2134.10	3.91	2130.19
19	10095.02	225.30	1908.80	2134.10	3.38	2130.72
20	8150.40	189.48	1944.62	2134.10	2.84	2131.26
21	6169.28	152.98	1981.12	2134.10	2.29	2131.81
22	4150.97	115.79	2018.31	2134.10	1.74	2132.36
23	2094.78	77.91	2056.19	2134.10	1.17	2132.93
24	0.00	39.32	2094.78	2134.10	0.59	2133.51

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 62, se observa el flujo de caja de deuda del préstamo de la empresa, la cual está constituida por el saldo deudor que es el préstamo que va a ir disminuyendo a medida que se amortice la deuda. La renta que es constante a lo largo del periodo por ser el método de pago francés está constituida por la suma del interés y la amortización. La empresa cree conveniente financiar parte de la inversión total con la finalidad de obtener una mayor rentabilidad en lo invertido con el capital propio, es decir tener un apalancamiento financiero, además de poder aprovechar el escudo fiscal que esto nos brindaría, ya que adquirir préstamos del banco tendríamos que pagar intereses como costo del financiamiento, lo cual es deducible del impuesto a la renta. Por último, el ahorro tributario se calcula del impuesto a la renta multiplicado por el interés, lo cual es restado a la renta para calcular el flujo de caja después de impuesto.

6.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito

Tabla 63: Créditos bancarios- Capital de trabajo para microempresas
(Expresado en dólares)

Moneda Nacional	BCP	Interbank	BIF	Scotiabank	BBVA Continental
Tasa efectiva anual (Capital de trabajo)	Min 25% Max 60%	Min 30% Max 60%	Min 18.99% Max 75%	26%	22%

Fuente: Elaboración propia con base en BCP, Interbank, BIF, Scotiabank, BBVA continental.

Tabla 64: Créditos bancarios- Capital de trabajo para microempresas
(Expresado en dólares)

Moneda Nacional	Banco financiero	COFIDE	Caja Metropolitana
Tasa efectiva anual (Capital de trabajo)	Min 25% Max 50%	24%	Min 26.55% Max 56.55%

Fuente: Elaboración propia con base en COFIDE, banco financiero y caja metropolitana.

En la Tabla N°63, se investigó dentro de las principales entidades en el mercado financiero las tasas efectivas para inversión del capital de trabajo:

En la tabla N° 63 y 64, se puede apreciar que nuestro costo efectivo anual del 25% está fluctuando en el promedio de créditos que las entidades bancarias estarían brindando para las empresas que deseen obtener un capital de trabajo.

Por ser una empresa que recién inicia sus operaciones y al no contar con un historial crediticio es difícil que una entidad financiera pueda otorgar un préstamo. Para ello la empresa ha visto conveniente realizar un préstamo con aval financiero de un familiar. El familiar por ser un empresario y cliente del banco financiero cuenta con un historial crediticio que permite avalar a la empresa con un préstamo que sería una estrategia para poder financiar la inversión que necesita la empresa. Los requisitos para el préstamo son:

- Copia de Documento de Identidad de titular y cónyuge.
- Copia de RUC.
- Licencia de funcionamiento o boletas de compra de mercadería (u otros documentos que solicite el asesor).
- Copia del último recibo de luz, agua o teléfono (sólo uno de ellos).
- Copia de documento de propiedad de vivienda.
- En caso de no tener casa propia, se solicitará aval (Banco Financiero, 2017)

Tabla 65: Condiciones de crédito
(Expresado en dólares)

Préstamo	40,932.66
Tiempo (mensual)	24.00
Tasa mensual	1.88%
Periodo de gracia con pago de interés	
Valor de la cuota	2,134.10

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N°65, se observa las características del préstamo de la empresa, la cual está constituida por un préstamo bancario de \$ 40,932.66 en dos años, con un costo efectivo mensual de 1.88%, no hay periodo de gracia y el valor de la cuota es de \$ 2,134.10

6.6 Presupuesto de costos

Costos directos

Tabla 66: Costos de producto tercerizado
(Expresado en dólares)

Producto	Costo Unitario	Cantidad	Costo por embarque	Costo anual
Harina de quinua (kg)	1.46	3500	5,110.00	30,660.00
Transporte de Puno a Lima	0.27	3500	945.00	5,670.00
Costo de producto tercerizado por unidad	0.20	14029	2,805.80	16,834.80
Caja de cartón corrugado	0.32	390	124.80	748.80
Envase	0.03	14029	420.87	2,525.22
Embalaje y rotulado	0.07	390	27.30	163.80
Total de insumos en productos			9,433.77	56,602.62

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 67: Costos de exportación
(Expresado en dólares)

Descripción	Costo unitario	costo por embarque	Costo anual
Certificado de origen	15.00	15	90
Emisión de BL	35.00	35.000	210
Derecho de embarque	220.00	220.000	1320
Agenciamiento de aduanas (0.30% FOB)	170	170	1020
Gastos operativos	40	40	240
Aforo físico	36	36	216
Almacén marítimo (Neptunia)	254.88	254.88	1529.28
Vistos buenos	155.76	155.76	934.56
Recojo lima- callao	65	65	390
Carta de crédito	230	230	1380
Asignación de contendor	200	200	1200
Permiso de SENASA	39	39	234
Certificado Fitosanitario	78	78	468
Palet NIMF 15	20.50	61.5	369
Total		1600.14	9600.84

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 68: Materiales indirectos
(Expresado en dólares)

Costos indirectos	Precio Unitario	Costo mensual	Costo anual
Escoba	1.67	1.67	6.66
Recogedor	1.21	1.21	4.85
Ácido muriático	2.30	2.30	27.60
Plumero	0.90	0.90	10.80
Desinfectante	1.36	1.36	16.36
Total materiales indirectos		7.4417	66.2756

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 69: Gastos del personal
(Expresado en dólares)

CARGO	SUELDO	PAGO ANUAL	VACACIONES 15 DIAS	SUB TOTAL	ESSALUD 9%	TOTAL ANUAL
GERENTE GENERAL	909.09	10,909.09	454.55	11,363.64	1,022.73	12,386.36
ASISTENTE DE LOGISTICA	363.64	4,363.64	181.82	4,545.45	409.09	4,954.55
ASISTENTE COMERCIAL	363.64	4,363.64	181.82	4,545.45	409.09	4,954.55
ASISTENTE ADMINISTRATIVO -	363.64	4,363.64	181.82	4,545.45	409.09	4,954.55
AUDITOR DE CALIDAD (EXTERNO)	121.21	1,454.55	0	1,454.55	0	1,454.55
CONTADOR (EXTERNO)	121.21	1,454.55	0	1,454.55	0	1,454.55
TOTAL						30159.09

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 70: Gastos fijos
(Expresado en dólares)

Materiales	2018	2019	2020	2021	2022
Pago de alquiler de local	3360.00	3528.00	3704.40	3889.62	4084.10
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	840.00	865.20	891.16	917.89	945.43
total gastos fijos	4200.00	4393.20	4595.56	4807.51	5029.53

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 71: Gastos administrativos
(Expresado en dólares)

Materiales de oficina	Costo mensual	Costo anual
Útiles de escritorio	25.00	300.00
Total gastos administrativos	25.00	300.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 72: Gastos de ventas
(Expresado en dólares)

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Página web	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
Participación en ferias (stand)	2,800.00	2940.00	3116.40	3334.55	3601.31
Decoración de stand	500	525.00	556.50	595.46	643.09
Pasaje	1500	1575.00	1669.50	1786.37	1929.27
Hospedaje	350	367.50	389.55	416.82	450.16
Movilidad	70	73.50	77.91	83.36	90.03
Alimentación	150	157.50	166.95	178.64	192.93
Merchandising(folletos, tarjetas, muestras)	750	787.50	834.75	893.18	964.64
Gasto de Marketing	6240	6546	6931.56	7408.37	7991.44

Fuente: Elaboración propia.

6.7 Punto de Equilibrio

Tabla 73: Costos fijos
(Expresado en dólares)

Descripción	Total
Gastos de personal	30,159.09
Materiales indirectos	60.00
Gastos fijos	4,200.00
Gastos administrativos	300.00
Gastos de ventas	6,240.00
Total costo fijo	40,959.09

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N°73, se observa los costos fijos en el que va a incurrir la empresa. Los costos fijos son aquellos costos que la empresa debe de pagar independientemente de su nivel de operación, es decir comercialice o no comercialice debe pagarlos. Los costos fijos de la empresa están compuestos por gastos de personal, materiales indirectos, gastos fijos, gastos administrativos, gastos financieros y gastos de ventas, hacen un total de \$40, 959.08 para el primer año.

Tabla 74: Costos variables
(Expresado en dólares)

Descripción	Total
Costo de producto tercerizado	56602.62
Costo de exportación	9,600.84
Total costo variable	66203.46

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 75: Costos totales
(Expresado en dólares)

Costo fijo	Costo variable	Costo total
40,959.09	66,203.46	107,162.55

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N°75, se observa el costo total en el que va a incurrir la empresa. El costo total de la empresa está constituido por la suma del costo fijo y costo variable que hacen un total de \$ 107,162.55 para el primer año.

Tabla 76: Estructura de precio
(Expresado en dólares)

Descripción	Total
CVU	0.79
CFU	0.49
Costo Unitario	1.27
Margen de ganancia	25%
Valor de venta	1.59
IGV	0.00
Precio venta FOB	1.59
Punto de equilibrio (en cantidad)	51,199
Punto de equilibrio (en dinero)	81,477.07

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se calculará el punto de equilibrio para el primer año de comercialización de los fideos de quinua.

Dónde:

Q= Cantidad en unidades.

Pv= Precio de venta por unidad.

Cvu= Costo variable por unidad.

Cft= Costo fijo total.

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

Para cubrir los costos entonces:

Productos en un año= 84, 174 unidades

Costo fijo total= \$40,959.09

Precio: \$ 1.59 por unidad.

Costo variable unitario= \$0.79

Desarrollando la fórmula:

$$\frac{40,959.09}{1.59 - 0.79} = 51,199 \text{ unidades.}$$

Por lo tanto, la cantidad mínima que se debe comercializar en donde los ingresos son iguales a los egresos es de 51,198 unidades anuales para no ganar ni perder y la venta adicional de una unidad representará la ganancia para la empresa.

Punto de equilibrio en dinero: $51,198 * \$1.59 = \$ 81,404.82$

6.8 Tributación de la exportación

De acuerdo al Decreto Supremo N° 055-99-EF, título I, capítulo IX, las exportaciones de bienes y servicios no se encuentran afectas al pago de IGV.

6.9 Presupuesto de ingresos

Tabla 77: Ventas en los próximos años
(Expresado en dólares)

Años	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	133,837	140,528	148,960	159,387	172,138
Tasa de crecimiento		5%	6%	7%	8%

Fuente: Elaboración propia.

Según la tabla 77, se detallan las ventas proyectadas por los próximos 5 años de la evaluación del negocio, siendo los ingresos por ventas del primer año \$ 133, 837.00, el cual se explica de la siguiente manera:

Se exportará 84 174 unidades de fideos de quinua de 250 gr cada bolsa, estas son las unidades a comercializar en el primer año (2018), a la par se ha evaluado el precio de venta por unidad y este es igual a \$ 1.59, luego de esas dos premisas ya podemos conocer nuestra venta del primer año, es decir de los \$ 133,837

- 84 174 unidades a exportar el primer año (2018).
- Precio de venta por unidad del producto: \$ 1.59
- Venta del primer año: Cantidad x precio de venta = \$ 133,837.
- En el transcurso de los cuatro años restantes nuestra tendencia de crecimiento será de 5%, 6%, 7% y 8%.

Tabla 78: Saldo a favor del exportador
(Expresado en dólares)

Años	0	2018	2019	2020	2021	2022
Costo de Compra de Producto tercerizado		56,603	59,433	62,999	67,409	72,801
Costos de exportación		9,601	10,081	10,686	11,434	12,348
Servicios		840	865	891	918	945
Gastos administrativos		300	303	306	309	312
Gastos de ventas		6,240	6,852	7,525	8,266	9,080
Costos indirectos		66	68	69	70	72
Costo por compra total		73,650	77,601	82,476	88,405	95,559
IGV de Ventas 18%		0	0	0	0	0
IGV de Compras 18%		13,257	13,968	14,846	15,913	17,201
IGV de Inversiones	782					
Diferencias del IGV	782	13,257	13,968	14,846	15,913	17,201
Devolución del IGV		14,039	13,968	14,846	15,913	17,201

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N°78, se observa el crédito fiscal que es la diferencia del IGV de ventas menos el IGV de compras. Sin embargo, se trata de una exportación la cual está exonerada del pago del IGV, por lo tanto, la diferencia del IGV de ventas menos el IGV de compras es el saldo a favor del exportador, esta devolución del IGV de compras está considerada dentro de los ingresos tanto en el estado de ganancias y pérdidas como en el flujo de caja económico.

6.10 Presupuesto de egresos

Costos directos

Tabla 79: Presupuesto proyectado de costos de producto tercerizado
(Expresado en dólares)

Años	2018	2019	2020	2021	2022
Costo de compra de producto tercerizado	56,603	59433	62999	67409	72801

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 80: Presupuesto proyectado de costos de exportación
(Expresado en dólares)

Años	2018	2019	2020	2021	2022
Costos de Exportación	9,601	10081	10686	11434	12348

Fuente: Elaboración propia.

Costos indirectos

Tabla 81: Presupuesto proyectado de materiales indirectos
(Expresado en dólares)

Materiales de Limpieza	2018	2019	2020	2021	2022
Útiles de Limpieza	66.28	67.60	68.95	70.33	71.74
Total de Materiales Indirectos	66	68	69	70	72

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 82: Presupuesto proyectado de gastos de personal
(Expresado en dólares)

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Gerente General	12,386	13,006	14,046	15,170	16,383
Asistente de Logística	4,955	5,202	5,462	5,899	6,371
Asistente Comercial y Marketing	4,955	5,202	5,462	5,899	6,371
Asistente de Administración y finanzas	4,955	5,202	5,462	5,899	6,371
Auditor de Calidad (Externo)	1,455	1,527	1,649	1,781	1,924
Contador (Externo)	1,455	1,527	1,649	1,781	1,924
Asistente legal	0	0	7,085.5	7,652.3	8,264.5
Gasto Total de personal	30159	31667.05	40818	44083	47610

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 83: Presupuesto proyectado de gastos fijos
(Expresado en dólares)

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Pago de alquiler local	3360	3528	3704	3890	4084

Servicios (luz, agua, teléfono, internet)	840	865	891	918	945
Total Gastos Indirectos	4200	4393	4596	4808	5030

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 84: Presupuesto proyectado de gastos administrativos
(Expresado en dólares)

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Útiles de oficina	300	303	306	315	325
Total Gastos Administrativos	300	303	306	315	325

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 85: Presupuesto proyectado de gastos ventas
(Expresado en dólares)

Descripción	2018	2017	2018	2019	2020
Página web	120.00	120	120	120	120
Participación en ferias (stand)	2800.00	3080	3388	3727	4099
Decoración de stand	500.00	550	605	666	732
Pasaje	1500.00	1650	1815	1997	2196
Hospedaje	350.00	385	424	466	512
Movilidad	70.00	77	85	93	102
Alimentación	150.00	165	182	200	220
Merchandising(folletos, tarjetas, muestras)	750.00	825	908	998	1098
Gasto de Ventas	6240	6852	7525	8266	9080

Fuente: Elaboración propia.

6.11 Flujo de caja proyectado

El flujo de caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un periodo dado. Tiene como finalidad mostrar la capacidad que tiene la empresa de generar recursos líquidos. El saldo de esta diferencia nos dará un flujo de efectivo excedente o deficiente, en dependencia si la cantidad es positiva o negativa.

6.11.1 Flujo de caja económico

Tabla 86: Flujo de caja económico
(Expresado en dólares)

Período (años)	0	2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos Operativos		147,876	154,497	163,806	175,300	189,339
Egresos Operativos		107,169	112,796	119,431	127,208	136,302
Flujo de Caja Operativo		40,707	41,700	44,375	48,092	53,037
Inversiones en Activo Fijo Tangible	3,301					
Inversiones en Activo Fijo intangible	1,045					
Inversión en Capital de Trabajo	63,875					63,875
Valor residual						483
Total Flujo de Inversiones	68221					64,358
Flujo de caja económico	-68,221	40,707	41,700	44,375	48,092	117,395

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 86, se observa el flujo de caja económico, el cual está constituido por ingresos operativos menos egresos operativos, los cuales se detallan en el estado de ganancias y pérdidas.

Tabla 87: Flujo de caja financiero
(Expresado en dólares)

Flujo de caja económico	-68,221	40,707	41,700	44,375	48,092	117,395
Flujo de deuda						
Ingresos por préstamo	40,932.66					
Egresos por servicio de deuda	0	25,498	25,566			
Total flujo de deuda	40,932.66	25,498	25,566			
Total flujo de caja financiero	-27,288	15,209	16,134	44,375	48,092	117,395

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N°87, se observa el flujo de caja financiero, el cual incluye la deuda por el préstamo, asimismo, dentro del egreso por servicio a la deuda ya está considerado el escudo fiscal por el ahorro tributario.

6.12 Estado de Ganancias y pérdidas

Tabla 88: Estado de ganancias y pérdidas
(Expresado en dólares)

Período (años)	2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos	147,876	154,497	163,806	175,300	189,339
Costo de venta	66,203	69,514	73,684	78,842	85,150
Utilidad bruta	81,672	84,983	90,121	96,458	104,189
Gastos de ventas	6,240	6,852	7,525	8,266	9,080
Gastos fijos	4,200	4,393	4,596	4,808	5,030
Gastos de personal	30,159	31,667	33,250	34,913	36,659
Materiales indirectos	66	68	69	70	72
Gastos administrativos	300	303	306	309	312
Depreciación y amortización	890	890	890	890	306
Utilidad Operativa	39,818	40,811	43,486	47,203	52,732
Gastos financieros	7,417	2,869	0	0	0
Utilidad Ante de impuestos	32,401	37,942	43,486	47,203	52,732
Impuesto a la renta	1,479	1,545	1,638	1,753	1,893
Utilidad Neta	30,922	36,397	41,848	45,450	50,838

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N°88, se presenta el estado de ganancias y pérdidas de la empresa Andean Grain SAC, el cual inicia con el ingreso por ventas, es decir, el monto total en dólares de las ventas durante el periodo del cual se reduce el costo de venta. La utilidad resultante de \$50 838 en el primer año representa el monto restante para cubrir los costos operativos, financieros y fiscales

Tabla 89: Estado de ganancias y pérdidas
(Expresado en soles)

Período (años)	2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos	487,990	509,839	540,559	578,491	624,819
Costo de venta	218,471	229,395	243,159	260,180	280,994
Utilidad bruta	269,519	280,444	297,401	318,311	343,825
Gastos de ventas	20,592	22,612	24,833	27,277	29,965
Gastos fijos	13,860	14,498	15,165	15,865	16,597
Gastos de personal	99,525	104,501	109,726	115,213	120,973
Materiales indirectos	219	223	228	232	237
Gastos administrativos	990	1,000	1,010	1,020	1,030
Depreciación y amortización	2,935	2,935	2,935	2,935	1,008
Utilidad Operativa	131,398	134,676	143,503	155,770	174,014
Gastos financieros	24,476	9,467	0	0	0
Utilidad Ante de impuestos	106,922	125,208	143,503	155,770	174,014
Impuesto a la renta	4,880	5,098	5,406	5,785	6,248
Utilidad Neta	102,042	120,110	138,097	149,985	167,766

Fuente: Elaboración propia.

6.13 Evaluación de la inversión

6.13.1 Evaluación Económica

Tabla 90: Resultados económicos

VANE	74,461.17
TIRE	60.43%
B/C (FCE)	2.09

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N°90, se observa la evaluación económica de la empresa, con lo cual se puede concluir que este proyecto es rentable, ya que el flujo de efectivo económico cumple con las condiciones para que un proyecto pueda ser aceptado dando como resultado un VANE igual a \$

74,461.17, un TIRE de 60.43% y un beneficio /costo de 2.09. Esto significa que se cumple la regla para que un proyecto sea rentable:

$VAN > 0$, $TIR > COK$ y el $B/C > 1$.

Tabla 91: Periodo de recuperación económica
(Expresado en dólares)

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
FCE	-68,221.10	40,707	41,700	44,375	48,092	117,395
FEC Acumulado		40,707	82,407	126,783	174,875	292,270

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla N°91, se observa el periodo de recuperación económica, teniendo en cuenta que el CPPC es de 21.56%, asimismo, actualizando los flujos futuros al presente y teniendo en cuenta el CPPC, la inversión se recuperará en 2 años y 2 meses.

6.13.2 Evaluación Financiera

Tabla 92: Resultados financieros

VANF	147,218.08
TIRF	90.22%
B/C (FCE)	3.16

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N°92, se puede observar que por tratarse de un flujo de caja financiero el $Vanf < Vane$, el $Tirf >$ tasa de interés del banco con lo que se produce un escudo fiscal en beneficio del inversionista. Entre los valores que se obtuvo un resultado de VANF igual a \$147,218.08, un TIRF de 90.22% y un beneficio/costo de 3.16, con lo que se puede observar que el proyecto es muy rentable.

De acuerdo al análisis financiero realizado en ambos casos el proyecto es bueno pero el financiero presenta mejores indicadores.

Tabla 93: Periodo de recuperación financiera
(Expresado en dólares)

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
FCE	-27,288	15,209	16,134	44,375	48,092	117,395
FEC Acumulado		15,209	31,343	75,718	123,811	241,206

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 93, se observa el cuadro de periodo de recuperación financiera teniendo en cuenta el costo de oportunidad de 20%. Asimismo, actualizando los flujos futuros al presente y teniendo en cuenta el costo de oportunidad, la inversión se recuperará en un 1 año y 8 meses.

6.13.3 Evaluación Social

El presente proyecto de negocio es la comercialización de fideos de quinua al mercado de celiacos en New York, Estados Unidos, este negocio no genera ningún conflicto social y apoya de manera positiva a la economía peruana al generando puestos de trabajo y apoya al desarrollo de la industria agroalimentaria, por lo que se puede concluir que nuestro negocio es viable desde el punto de vista social.

6.13.4 Evaluación ambiental

La empresa Andean Grain SAC será una comercializadora de fideos de quinua y será respetuosa con el medio ambiente, se buscará siempre contar con criterios de desarrollo sostenible, los residuos serán desechados de manera adecuada para no perjudicar el medio ambiente.

Los procesos realizados dentro de nuestra empresa no presentan ningún impacto negativo en el ambiente, por lo tanto, el presente plan de negocios es viable desde el punto de vista ambiental.

6.14 Evaluación de costo de oportunidad del capital de trabajo

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

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

$$\text{COK} = f(x,y)$$

Dónde:

X: Costo de oportunidad

Y: Rentabilidad del mercado

Tabla 94: Aporte propio

Datos de financiamiento	Porcentaje	Monto
Aporte propio	40%	27,288

Fuente: Elaboración propia.

Se tiene un capital propio de \$27,288 de acuerdo a este capital, el inversionista realiza una evaluación de mercado para conocer cuál es la rentabilidad máxima que podría obtener por dicha inversión.

Tabla 95: Márgenes de ganancia por actividad económica

1	Cueros insumos de calzado	0.17
2	Bodega tiendas	0.16

3	Proyecto de Exportación de pulpa congelada de Camú Camú hacia Estados Unidos	0.20
4	Exportación de filete congelado de Gamitana a Miami- Florida	0.19
5	Exportación de harina de yacón a nueva York-Estados Unidos	0.18
6	Comercialización de ropa para mujeres	0.19
7	Venta de carnes	0.19
8	Servicio de catering	0.20

Fuente: Banco Financiero.

Tabla 96: Opciones de rentabilidad

Datos de financiamiento	Porcentaje
Tasa por cuenta a plazo Fijo BCP	4% TREA
Tasa por cuenta a largo plazo Banco Continental	1.35% TREA
Tasa por depósito a plazo fijo Interbank	5% TREA
Tasa depósito a plazo Caja Metropolitana de Lima	5% TEA
Tasa depósito a plazo Caja de Huancayo	9% TEA
Exportación de harina de yacón a nueva York-Estados Unidos	20%

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la rentabilidad que otorga el mercado por el capital propio, lo máximo que se deja de ganar por invertir en este proyecto es 20%, por tal mi costo de oportunidad es 20% que es lo mismo que espero ganar por la inversión en este proyecto de exportación de fideos de quinua.

A continuación, se calculará el costo promedio ponderado de capital (CPPC):

CPPC: (Deudas de terceros/Total de financiamiento) (Costos de la deuda) (1-tasa de impuesto) + (Capital propio/total de financiamiento) (Costos de capital propio)

Capital	40%
Deuda	60%
COK	20.00%
DKd	25.00%
Tax Perú	27.00%
WACC	18.95%

$$\text{CPPC} = (60\% - 25\%) * (1 - 0.27) + (40\% * 20\%)$$

$$\text{CPPC} = 18.95\%$$

6.15 Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Se realiza el análisis de sensibilidad el cual consiste en estimar las variaciones que afecten al presupuesto de caja. En el caso de las variaciones del tipo de cambio, este afectaría en el porcentaje de ingresos por ventas o aumento porcentual en los costos y/o gastos adicionales que podrían verse afectados directamente. En este caso la empresa Andean Grain SAC podría utilizar un Forward de divisas.

Un Forward de divisas, es un contrato entre dos partes en el cual se acuerda la compra y venta de una cantidad de dinero en moneda extranjera a un precio determinado a futuro. El beneficio de utilizar esta modalidad es eliminar la incertidumbre en el caso de una devaluación del tipo de cambio, asimismo permite proyectar un flujo de caja a futuro. El objetivo de esta modalidad es administrar el riesgo ante la volatilidad del tipo de cambio protegiendo el flujo esperado de ingresos de una empresa y/o el valor del portafolio de un inversionista.

El mercado de forwards e monedas permite que los agentes económicos se cubran del riesgo cambiario, dando mayor certeza a sus flujos.

A continuación, se presenta el análisis de sensibilidad colocando al tipo de cambio en diferentes escenarios, verificando así las variaciones que generarían en el VAN, TIR y B/C.

Tabla 97: Análisis de sensibilidad con tipo de cambio

Tipo de cambio	VANE	TIRE	B/C	VANF	TIRF	C/C
3.30	\$84,058	59.9%	2.24	\$140,867	89.0%	3.07
2.90	\$73,869	52.7%	1.97	\$123,792	78.2%	2.70
3.33	\$84,822	60.5%	2.26	\$142,148	89.8%	3.10
3.40	\$86,605	61.8%	2.31	\$145,136	91.7%	3.16

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 97, muestra el análisis de sensibilidad y como el tipo de cambio impacta en los diferentes indicadores, tanto en el económico como en el financiero. Por ejemplo, para un tipo de cambio de S/ 3.40 se obtiene un b/c económico de 2.31, lo que significa que por cada dólar que se invierte se está ganando USD 1.31, a mayor tipo de cambio mayor beneficio costo para el caso de las exportaciones, ya que se tendrá más soles por cada dólar que nos paguen.

Para un tipo de cambio de S/ 3.33 se obtiene un beneficio costo de 2.26, con lo que la empresa gana con cada dólar que invierte USD 1.26, lo que implica una disminución con respecto al tipo de cambio de S/ 3.40, asimismo para un tipo de cambio de S/ 2.90 se obtiene un beneficio de 1.97 y se está ganando por cada dólar invertido USD 0.97 que es menor a diferencia de tipos de cambios más altos. Suponiendo ese tipo de cambio la empresa estaría perdiendo. Por consiguiente, un tipo de cambio menor va a ocasionar que la empresa tenga pérdidas considerables.

Tabla 98: Análisis de sensibilidad por costo de oportunidad

Costo de Oportunidad	VANF	B/C
27%	\$145,310	2.31
16%	\$86,110	1.37
26%	\$139,928	2.22
22%	\$118,401	1.88
20%	\$107,637	1.71

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 99: Análisis de sensibilidad por costo promedio ponderado de capital

Costo promedio ponderado	VANF	B/C
22%	142,783.83	3.11
24%	155,764.17	3.40
17%	110,332.96	2.41
20%	129,803.48	2.83
18.95%	122,988.80	2.68

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 100: Análisis de sensibilidad por precio de venta

Precio de Venta	VANE	TIRE	B/C	VANF	TIRF	C/C
1.50	\$78,771	56.2%	2.10	\$132,008	83.4%	2.88
1.70	\$89,274	63.7%	2.38	\$149,609	94.6%	3.26
1.59	\$83,497	59.5%	2.22	\$139,928	88.4%	3.05
1.40	\$73,520	52.4%	1.96	\$123,207	77.9%	2.69
1.79	\$94,000	67.0%	2.50	\$157,529	99.6%	3.43

Fuente: Elaboración propia.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

1. La intención del presente Plan de Negocios es revalorar las exportaciones en el Perú, sobretodo impulsar a los agricultores y demás exportadores que utilicen la quinua como parte de sus productos, que no solamente exportemos este grano en bruto sino que lo vendamos como un producto con valor agregado, aprovechando la cobertura que este grano tiene ya en varios países, asimismo con este plan de negocios se cumplieron todos los objetivos específicos, lo que permitió el logro del objetivo general. A continuación, se detallan los aspectos más relevantes que se obtuvo de cada objetivo específico:
2. Se concluyó, del estudio de mercado que el mercado estadounidense es el mejor destino para la exportación de fideos de quinua debido a la gran aceptación por este producto al ser saludable y nutritivo.
3. La empresa Andean Grain SAC permitirá generar fuentes de trabajo debido a que existe una tendencia de alto consumo por los productos naturales, libres de colesterol y que no contengan gluten.
4. Se puede concluir que el negocio es rentable por lo ya demostrado en los indicadores económicos y financieros, asimismo se considera que en el año 2019 las ventas tendrán un incremento del 5% con respecto al año anterior.
5. Se demostró que en el primer año la empresa lograría una participación en el mercado de la demanda potencial de 8%.

6. La distribución de los fideos de quinua es indirecta en la cual los distribuidores se encargarán de posicionar nuestro producto en diferentes zonas retail, se tomó en cuenta posicionar el producto por medio de distribuidores debido a que ya tienen conocimiento del mercado.

7. De acuerdo a la evaluación económica – financiera del Plan de Negocio de exportación de fideos de quinua a Nueva York se llega a la conclusión que es viable, teniendo una TIR Económica de 60.43% y una TIR Financiera de 90.22% por encima del costo financiero y del costo del accionista en solicitud. A su vez, nos genera un VAN Económico de \$ 74,461.17 y un VAN Financiero de \$147,218.08, positivo y muy alentador para poder incursionar en este tipo de negocio y mercado destino.

7.2 Recomendaciones

1. Se recomienda cumplir con las estrategias de promoción y distribución para de esta manera garantizar el cumplimiento de las ventas pronosticadas.
2. A fin de generar una mayor rentabilidad al negocio, se recomienda buscar nuevos canales de comercialización para ingresar a nuestro mercado objetivo, esto se puede lograr buscando clientes potenciales de nuestro producto a través de participación de ferias internacionales las cuales son las ventanas al mundo, ya que son muy concurridas por personas de todo el mundo.
3. Se recomienda una mayor inversión al proyecto, ya que se demostró que es rentable con indicadores atractivos.
4. Se recomienda buscar nuevos proveedores como plan de contingencia para poder responder ante un posible incremento de la demanda y de esta forma poder cumplir los pedidos de nuestros clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ADEX DATA TRADE. Información de exportaciones. Obtenido
<http://www.adexdatatrade.com/Members/Comercial.aspx>
2. ADUANET (28 de marzo de 2017) Clasificación arancelaria. Obtenido de
<http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>
3. CIA (28 de marzo 2017) Información país EEUU. Obtenido de
<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html>
4. FAMILY FOOD (2017). Distribuidor de alimento. Obtenido de
<http://www.familyfooddist.com/index.php/cont%C3%A1cto>
<http://www.nferias.com/estados-unidos/>
5. INEI (2017) Búsqueda de CIU. Obtenido de <http://proyectos.inei.gob.pe/ciu/>
6. NFERIAS (2017) Ferias y exposiciones Estados Unidos. Obtenido de
7. SANTANDER TRADE (2017) Análisis de Mercados. Obtenido de
<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/flujos-import-export?ipartner=842>
8. SIICEX (2015) Guía de mercado EEUU. obtenido de
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/876323561rad3ECAB.pdf>
9. SIICEX (2017) ficha de producto. Obtenido de
[http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoi
nit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=179&pnomproducto=Quinua](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoi
nit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=179&pnomproducto=Quinua)
10. SUNAT (2017). Obtenido de SUNAT. <http://www.sunat.gob.pe>
11. SUNAT (29 de marzo de 2017) Régimen Mype. Obtenido de
[http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimen-mype-tributario/6825-01-
personas-comprendidas](http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimen-mype-tributario/6825-01-
personas-comprendidas)

12. TRADE MAP (3 de mayo de 2017). Trade Map. Obtenido de Estadísticas del comercio internacional para las empresas: <http://www.trademap.org/Index.aspx>
13. USITC (3 de mayo de 2017). United States International Trade Commission. Obtenido de <http://www.usitc.gov/>

VENTAS@ANDEANGRAIN.COM	520 8952
Casilla electrónica (previa suscripción de contrato con Indecopi)	Número de teléfono celular
<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación. <input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentado en el expediente N°: <small>(Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)</small>	

2. DATOS RELATIVOS AL SIGNO DISTINTIVO A REGISTRAR

2.1. Tipo de Signo: <input type="checkbox"/> Denominativa <input type="checkbox"/> Denominativa con grafía <input type="checkbox"/> Mixta <input type="checkbox"/> Tridimensional <input type="checkbox"/> Figurativa <input type="checkbox"/> Otros: _____	2.2. Indicación del Signo (de ser solo denominativo)	2.3. Reproducción del Signo <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> PEGAR REPRODUC CIÓN DE LA MARCA DENOMINAT IVA CON GRAFÍA, MIXTA, </div>
2.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> (en caso de NO MARCAR alguna opción, se protegerán los colores que aparecen en la reproducción adjuntada)		

(*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayores a 150 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no menores a 150 U.I.T. ni mayores a 1700 U.I.T.; y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no menores a 1700 U.I.T. ni mayores a 2300 U.I.T.

2.5. Lista de Productos y/o servicios (De solicitar una marca multiclase, deberá pagar una tasa de tramitación por cada clase en la que solicita el registro)

Clase	Productos y/o servicios

De no ser suficiente el espacio anterior, indicar las clases, productos y/o servicios adicionales en el ANEXO B


3. PRIORIDAD EXTRANJERA

Marcar este recuadro si reivindica Prioridad Extranjera (**Llenar ANEXO C**)

4. INTERÉS REAL PARA OPOSICIÓN ANDINA (Llenar sólo de ser el caso)

5.1 Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real de la oposición formulada en el(los) Expediente(s) N°	5.2 Clase(s)

5. FIRMA DEL SOLICITANTE O DEL REPRESENTANTE, DE SER EL CASO

Firma (conforme aparece en su documento de identidad)	Nombre y/o calidad del firmante
	Katherine Calderón Monge.

EXAMEN DE FORMA: De conformidad con lo dispuesto en la Decisión 486, la Dirección de Signos Distintivos examinará dentro de los quince (15) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la presente solicitud, si la misma cumple con todos los requisitos previstos en los artículos 50 y 51 del Decreto Legislativo 1075.

Si de dicho examen resulta que la solicitud no contiene los indicados requisitos, se requerirá al solicitante para que complete los mismos dentro del plazo de sesenta (60) días siguientes a la fecha de notificación; Si la solicitud contiene todos los requisitos, la Dirección emitirá la correspondiente orden de aviso.

PLAZO DEL PROCEDIMIENTO: El plazo máximo para la culminación de un trámite de registro no contencioso (sin oposición) es de 180 días hábiles contados desde el día siguiente de la presentación de la solicitud de registro, conforme a lo establecido en el artículo 24 del Decreto Legislativo N° 1075.

En cumplimiento de lo dispuesto por la Ley N° 29733, Ley de protección de Datos Personales, le informamos que los datos personales que usted nos proporcione serán utilizados y/o tratados por el Indecopi (por sí mismo o a través de terceros), estricta y únicamente para administrar el sistema de promoción, registro y protección de derechos de propiedad intelectual (signos distintivos, invenciones y nuevas tecnologías, y derecho de autor) en sede administrativa, así como, de ser el caso, para las actividades vinculadas con el registro de usuarios del sistema de patentes, pudiendo ser incorporados en un banco de datos personales de titularidad del Indecopi.

Se informa que el Indecopi podría compartir y/o usar y/o almacenar y/o transferir su información a terceras personas, estrictamente con el objetivo de realizar las actividades antes mencionadas.

Usted podrá ejercer, cuando corresponda, sus derechos de información, acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos personales en cualquier momento, a través de las mesas de partes de las oficinas del Indecopi.

Para citas con los especialistas encargados de la tramitación de los expedientes y/o para la lectura de expedientes, sírvase llamar al teléfono 2247800 anexo 2041, en el horario de lunes a viernes de 8:30 am. a 12:00 m., o a través del correo electrónico citasdsd@indecopi.gob.pe. (Toda cita y/o consulta de expediente se realiza con un día hábil de anticipación).

ANEXO 2


ANEXO A

SOLICITANTES ADICIONALES

1. DATOS DEL SOLICITANTE		<input type="checkbox"/> Persona Natural	<input type="checkbox"/> Persona Jurídica
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución)			
ANDEAN GRAIN SAC			
Nacionalidad / País de Constitución:		Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Persona Natural: DNI C.E. PASAPORTE / Persona Jurídica RUC)	
PERÚ		20508145021	
Representante Legal (Llenado <u>obligatorio</u> en caso de ser Persona Jurídica):			
KATHERINE CECILIA CALDERON MONGE			
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú			
Dirección:	Av. Oscar Benavides (Ex colonial) 4531	Distrito:	
CALLAO	Provincia: CALLAO	Departamento:	
CALLAO			
Referencias de domicilio:			
ENTRE FAUCETT Y BENAVIDES			
Correo electrónico		Número de teléfono fijo	
Ventas@andeangrain.com		520 8952	

Casilla electrónica (previa suscripción de contrato con Indecopi)	Número de teléfono celular
	999 857 956
<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación.	
<input checked="" type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentado en el expediente N°: <small>(Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)</small>	

2 FIRMA DEL SOLICITANTE O DEL REPRESENTANTE, DE SER EL CASO

Firma (conforme aparece en su documento de identidad)	Nombre y/o calidad del firmante
	Katherine Cecilia Calderón Monge, Representante legal.