



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

**EXPORTACIÓN DE SNACKS NATURALES ELABORADOS A
BASE DE CAMOTES A LA REGION DE VALPARAISO EN CHILE**

**PRESENTADA POR
YACIRA DAYANA ACUÑA VILLANERA**

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

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

LIMA – PERÚ

2017



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

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

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



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

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**“EXPORTACIÓN DE SNACKS NATURALES ELABORADOS A BASE DE
CAMOTES A LA REGION DE VALPARAISO EN CHILE”**

PARA OPTAR

EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES

PRESENTADO POR

YACIRA DAYANA ACUÑA VILLANERA

LIMA, PERÚ

2017

DEDICATORIA

La presente tesis está dedicada a Dios, porque me brindó la oportunidad de concluir esta nueva meta en mi vida, a mi madre Betty Villanera Urdanivia y a mi padre Juan Acuña Ramos, quienes son mi mayor soporte y motivación, me apoyaron en mi educación y realización profesional a lo largo de todos estos años. A mis hermanas, que siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo y sus consejos para hacer de mí una mejor persona y a mi pareja Brajhan Falcón, por guiarme a seguir adelante y motivarme a ser perseverante.

AGRADECIMIENTO

Realizar el presente plan de negocio ha sido realizado a base de gran esfuerzo, y no habría sido posible sin la bendición de Dios por permitirme desarrollar mi plan de negocio con perseverancia, y buen ánimo, a mis queridos padres por su apoyo incondicional y colaboración. Quiero agradecer a mi asesor Camilo Medina por su paciencia, sus enseñanzas y aportes en cada proceso de mi tesis. Así como a mis profesores de la Universidad San Martín de Porres quienes estuvieron presente en el desarrollo de mi plan de investigación brindándome soporte profesional.

TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO	4
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS	12
RESUMEN EJECUTIVO	13
1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN	15
2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	16
2.1 Nombre o Razón Social.....	16
2.2 Actividad económica o codificación internacional (CIU).....	16
2.3 Ubicación y factibilidad municipal y sectorial	17
2.3.1 Ubicación	17
2.3.2 Factibilidad Municipal	19
2.3.3 Factibilidad Sectorial.....	19
2.4 Objetivos de la empresa, Principio de la empresa en marcha.....	20
2.4.1 Foda	20
2.4.2 Objetivos	23
2.4.3 Misión	23
2.4.4 Visión.....	23
2.4.5 Valores	24
2.4.6 Principios	24
2.4.7 Cultura Organizacional y Política.....	25
2.5 Ley de Mype micro y pequeña empresa.....	26
2.6 Estructura Orgánica	26
2.6.1 Principales funciones del personal	27
2.7 Cuadro de Asignación del Personal	31
2.8 Forma Jurídica Empresarial.....	32
2.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI	34
2.10 Requisitos y Trámites Municipales	35
2.11 Régimen Tributario Procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades.....	36
2.12 Registro de Planillas Electrónica (PLAME)	38
2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral	38

2.14 Modalidades de Contratos Laborales	40
2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.....	41
3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL.....	43
3.1 Descripción del Producto	43
3.1.1 Clasificación Arancelaria.....	44
3.1.2 Propuesta de Valor	46
3.1.3 Ficha Técnica Comercial.....	51
3.2 Investigación del Mercado Objetivo.....	52
3.2.1 Segmentación del mercado objetivo	58
3.2.2 Tendencias de Consumo	68
3.3 Análisis de la Oferta y la Demanda	71
3.3.1 Análisis de la oferta.....	71
3.3.2 Análisis de la Demanda.....	77
3.4 Estrategias de Ventas y Distribución.....	81
3.4.1 Estrategias de Segmentación	81
3.4.2 Estrategias de Posicionamiento.....	82
3.4.3 Estrategias de Distribución	83
3.5 Estrategias de Promoción	85
4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL	91
4.1 Envases, empaques y embalajes	91
4.1.1 Envases	91
4.1.2 Empaque	93
4.1.3 Embalaje.....	94
4.2 Diseño del Rotulado y marcado	97
4.2.1 Diseño del Rotulado.....	97
4.2.2 Diseño del Mercado.....	102
4.3 Unitarización y Cubicaje de la Carga	104
4.4 Cadena de DFI de exportación	106
4.4.1 Determinación de requerimiento de insumo e infraestructura	106
4.4.2 Establecer estrategias de suministro	109
4.4.3 Requisitos de acceso al mercado objetivo.....	116
4.4.4 Determinación del operador logístico a intervenir.....	119

4.4.5 Técnicas de cuantificación de demora.....	121
4.5 Seguro de las mercancías	122
4.6 Determinación de la vía de embarque	123
5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL	125
5.1 Fijación de Precios	125
5.1.1 Costos y Precio.....	125
5.1.2 Cotización Internacional	132
5.2 Contrato de Compra Venta Internacional (importaciones) y sus documentos ...	134
5.2.1 Contrato de compra venta internacional.....	134
5.2.2 Negociación de condiciones de compra venta	134
5.2.3 Elaboración de contratos adecuados al plan de negocios	135
5.3 Elección y aplicación del Incoterm.....	144
5.4 Determinación del medio de pago y cobro	146
5.5 Elección del régimen de exportación.....	148
5.6 Gestión aduanera del comercio internacional.....	148
5.7 Gestión de las operaciones de exportación: Flujograma	151
6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	152
6.1 Inversión Fija	152
6.1.1 Activos Tangibles	152
6.1.2. Activos Intangibles.....	152
6.2 Capital de Trabajo	153
6.3 Inversión Total.....	155
6.4 Estructura de Inversión y Financiamiento.....	156
6.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito	158
6.6 Presupuesto de Costos	160
6.7 Punto de Equilibrio	162
6.8 Presupuesto de Ingresos	165
6.9 Presupuesto de egresos.....	166
6.10 Flujo de caja proyectado	167
6.10.1 Flujo de caja económico	168
6.10.2 Flujo de caja financiero	168
6.11 Estado de Ganancias y Pérdidas.....	169

6.12 Evaluación de la Inversión	171
6.12.1 Evaluación Económica	171
6.12.2 Evaluación Financiera	172
6.12.3 Evaluación Social	173
6.12.4 Impacto Ambiental	173
6.13 Evaluación de Costo oportunidad del capital de trabajo	173
6.14 Cuadro de riesgo del tipo de cambio.....	175
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	178
7.1 Conclusiones	178
7.2 Recomendaciones	179
ANEXOS	180
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	200

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Distritos de ubicación del Negocio	17
Tabla 2 Método de factores ponderados para la localización del proyecto	18
Tabla 3 Matriz EFI (Evaluación de Factores Internos).....	20
Tabla 4 Matriz EFE (Evaluación de Factores Externos).....	21
Tabla 5 Matriz FODA	22
Tabla 6 Características de las micro, pequeñas y medianas empresas.....	26
Tabla 7 Principales Funciones de Gerencia General.....	28
Tabla 8 Principales Funciones del Asistente de Administración y Finanzas.....	28
Tabla 9 Principales Funciones del Asistente comercial y marketing.....	29
Tabla 10 Principales Funciones del Asistente de Logística y Operaciones	29
Tabla 11 Principales Funciones del Auxiliar de Almacén.....	30
Tabla 12 Principales Funciones de Contabilidad.....	30
Tabla 13 Principales Funciones del Especialista de Control de Calidad	31
Tabla 14 Asignación del Personal de la empresa Agrosnacks Export S.A.C	31
Tabla 15 Servicio de terceros de la empresa Agrosnacks Export S.A.C	32
Tabla 16 Aporte de socios de la empresa Agrosnacks Export S.A.C	33
Tabla 17 Requisitos de Inscripción al RUC.....	36
Tabla 18 Características de los Regímenes Tributarios	37
Tabla 19 Clasificación arancelaria del producto de snacks de camotes en Perú y en Chile	44
Tabla 20 Aranceles Aplicados del producto de snacks de camotes en destino.....	45
Tabla 21 Exportaciones de la partida 2005.99.90.00 por descripción comercial.....	45
Tabla 22 Benchmarking de la Competencia Directa en País de Destino	46
Tabla 23 Actividades Primarias de la empresa Agrosnacks Export S.A.C.....	47
Tabla 24 Actividades de Apoyo de la empresa Agrosnacks Export S.A.C	48
Tabla 25 Proveedores de materia prima.....	49
Tabla 26 Proveedores de Maquila.....	49
Tabla 27 Ficha Técnica del Producto.....	51
Tabla 28 Principales Importadores a nivel mundial de la partida 2005999000	52
Tabla 29 Exportaciones peruanas a nivel mundial de la partida 2005999000	53
Tabla 30 Exportaciones peruanas del año 2016 para la partida 2005.99.90.00	54
Tabla 31 Criterios de selección de mercado – Detallado	56
Tabla 32 Criterios de selección de mercado - Detallado (puntaje)	57
Tabla 33 Ranking Doing Business 2015.....	60
Tabla 34 Principales Ciudades y número de habitantes – Chile	61
Tabla 35 Importaciones de Chile de la partida 2005.99.90.00 por aduanas en dólares	62
Tabla 36 Importaciones de la partida 2005.99.90.00 en kilogramos	63
Tabla 37 Selección de regiones para la exportación de snacks naturales de camote	63
Tabla 38 Criterios de selección de mercado objetivo	64
Tabla 39 Provincias de la Región Valparaíso	65

Tabla 40 Medición de mercado objetivo.....	66
Tabla 41 Demanda total del producto	67
Tabla 42 Demanda potencial de snacks en la Región de Valparaíso.....	68
Tabla 43 Principales países exportadores de la partida 2005.99.9000 a nivel mundial	71
Tabla 44 Principales países exportadores de la partida 2005.99.90.00 a nivel mundial	72
Tabla 45 Total de exportaciones peruanas de la partida 2005.99.90.00 a nivel mundial.....	73
Tabla 46 Total de exportaciones peruanas de la partida 2005.99.90.00 a nivel mundial.....	74
Tabla 47 Empresas peruanas que comercializan la partida 2005.99.90.00.....	75
Tabla 48 Principales países importadores de la partida 2005.99.90.00	77
Tabla 49 Principales países importadores de la partida 2005.99.90.00	78
Tabla 50 Demanda de la región Valparaíso del 2012 - 2016 de la partida 2005.99.9000	79
Tabla 51 Métodos de mínimos cuadrados.....	79
Tabla 52 Demanda proyectada del mercado	80
Tabla 53 Proyección de las exportaciones de la empresa	81
Tabla 54 Lista de distribuidores de snacks en la Región de Valparaíso, Chile.....	85
Tabla 55 Principales ferias en Santiago de Chile.....	86
Tabla 56 Presupuesto de participación en la Feria SURMET.....	87
Tabla 57 Principal Feria Alimentaria en Perú.....	87
Tabla 58 Presupuesto de participación en Feria Expoalimentaria	88
Tabla 59 Oficina Comercial del Perú en Santiago de Chile.....	89
Tabla 60 Medidas del Envase del Producto	92
Tabla 61 Medidas del empaque del producto	93
Tabla 62 Contenido máximo de energía para alimentos sólidos.....	98
Tabla 63 Reglas de embalaje y etiquetado.....	99
Tabla 64 Información que debe contener el rótulo de alimentos	100
Tabla 65 Etiqueta de la empresa Agrosnacks Export S.A.C.....	102
Tabla 66 Unitarización de la Carga - Medidas del envase y empaque	104
Tabla 67 Unitarización de la Carga - Medidas de la paleta y N° de embarques al año	105
Tabla 68 Proveedores de Agrosnacks Export S.A.C.....	106
Tabla 69 Distribución de los ambientes de la empresa	108
Tabla 70 Ponderación para la selección de la empresa proveedora de materia prima	109
Tabla 71 Criterios para la selección de la empresa de servicio de maquila	110
Tabla 72 Ponderación para la selección de la empresa maquiladora de Snacks	111
Tabla 73 Criterios para la selección de la empresa proveedora del envase y empaque	111
Tabla 74 Ponderación para la selección de la empresa proveedoras del envase y empaque	112
Tabla 75 Criterios de selección para operadores logísticos	120
Tabla 76 Proceso de exportación - operador logístico	120
Tabla 77 Técnicas de cuantificación de demora	121
Tabla 78 Tipos de póliza:.....	122
Tabla 79 Cuadro de ponderación para la elección del medio de transporte.....	124
Tabla 80 Principales precios a nivel mundial de la partida 200599.....	125
Tabla 81 Principales precios de las exportaciones peruanas de la partida 2005999000	126

Tabla 82 Principales precios de empresas peruanas que exportan en la partida 2005999000 ...	126
Tabla 83 Costo de fabricación	127
Tabla 84 Mano de Obra Indirecta	127
Tabla 85 Gastos de Materiales Indirectos	128
Tabla 86 Gastos Indirectos de Fabricación	128
Tabla 87 Gastos Administrativos	128
Tabla 88 Gastos de Ventas.....	129
Tabla 89 Costos Fijos.....	129
Tabla 90 Costos Variables	130
Tabla 91 Costo Total.....	130
Tabla 92 Estructura del Precio	130
Tabla 93 Empresas que exportan la partida 2005.99.9000 de la Región de Valparaíso	144
Tabla 94 Vía de Transporte de Villa Natura Perú S.A.C	144
Tabla 95 FOB responsabilidades vendedor y comprador	146
Tabla 96 Activos tangibles.....	152
Tabla 97 Activos intangibles	152
Tabla 98 Capital de trabajo	153
Tabla 99 Inversión total	155
Tabla 100 Estructura de financiamiento de la inversión.....	156
Tabla 101 Flujo de caja de deuda.....	156
Tabla 102 Créditos - capital de trabajo para microempresas	158
Tabla 103 Condiciones de crédito.....	159
Tabla 104 Costos de producto tercerizado.....	160
Tabla 105 Costos de exportación.....	160
Tabla 106 Materiales indirectos.....	161
Tabla 107 Gastos de personal	161
Tabla 108 Gastos fijos	161
Tabla 109 Gastos administrativos.....	162
Tabla 110 Gastos de ventas.....	162
Tabla 111 Costos fijos	162
Tabla 112 Costos variables	163
Tabla 113 Costos totales	163
Tabla 114 Estructura de precio	164
Tabla 115 Ventas en los próximos años.....	165
Tabla 116 Saldo a favor del exportador	166
Tabla 117 Tasa de inflación de los años 2012 al 2016	166
Tabla 118 Tasa de Inflación.....	167
Tabla 119 Presupuesto proyectado de costos variables	167
Tabla 120 Presupuesto proyectado de costos fijos.....	167
Tabla 121 Flujo de caja económico	168
Tabla 122 Flujo de caja financiero.....	168
Tabla 123 Depreciación de activos tangibles.....	169

Tabla 124 Amortización de activos intangibles	169
Tabla 125 Depreciación y amortización	169
Tabla 126 Estado de ganancias y pérdidas.....	170
Tabla 127 Resultados económicos.....	171
Tabla 128 Periodo de recuperación económica	171
Tabla 129 Resultados financieros	172
Tabla 130 Periodo de recuperación financiera.....	172
Tabla 131 Aporte Propio.....	174
Tabla 132 Cálculo del Beta Apalancado.....	174
Tabla 133 Cálculo del Costo de Oportunidad por el método “capm”	174
Tabla 134 Cálculo del CPPC	175
Tabla 135 Análisis de sensibilidad con tipo de cambio	176
Tabla 136 Análisis de sensibilidad por costo de oportunidad.....	177
Tabla 137 Análisis de sensibilidad por costo promedio ponderado de capital	177
Tabla 138 Análisis de sensibilidad por precio de venta.....	177

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Actividad Principal del código CIU	16
Figura 2 Ubicación de la empresa Agrosnacks Export S.A.C	19
Figura 3 Valores que rige la empresa Agrosnacks Export S.A.C	24
Figura 4 Principios que rige la empresa Agrosnacks Export S.A.C	24
Figura 5 Organigrama de la Empresa Agrosnacks Export S.A.C	27
Figura 6 Características de una SAC	33
Figura 7 Diferencias entre el Régimen Laboral General y el Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña Empresa	39
Figura 8 Modelos de contratos de la empresa Agrosnacks Export S.A.C.	40
Figura 9 Presentación del Producto	43
Figura 10 Cadena de Valor de Michael Porter.....	47
Figura 11 Valor agregado del Producto	51
Figura 12 Información General de Chile	58
Figura 13 Indicadores Socioeconómicos de Chile	59
Figura 14 Estudio global sobre salud y percepción de ingredientes	70
Figura 15 Precio del Camote.....	75
Figura 16 Producción, superficie cosechada y rendimiento del camote.	76
Figura 17 Proyección Lineal.....	80
Figura 18 Estrategia de distribución comercial.....	84
Figura 19 Distribución física de la empresa Agrosnacks Export S.A.C	84
Figura 20 Página Web de la empresa Agrosnacks Export S.A.C	90
Figura 21 Diseño del Envase del Producto	92
Figura 22 Medidas del Empaque del Producto	94
Figura 23 Medidas de la Paleta Americana	94
Figura 24 Vista Frontal del Pallet	96
Figura 25 Paletización con Stretch Film	97
Figura 26 Rótulos que debe contener los envases en caso de superar límites	98
Figura 27 Marcado de la Caja.	104
Figura 28 Distribución de ambientes de la empresa Agrosnacks Export S.A.C.....	108
Figura 29 Estrategias para las empresas proveedoras de Agrosnacks Export S.A.C.....	113
Figura 30 Modelo de cotización Agrosnacks Export S.A.C.	133
Figura 31 Flujograma del Medio de Pago de la Carta de Crédito.....	147
Figura 32 Flujograma de Exportación Definitiva	151

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa Agrosnacks Export SAC comercializa y exporta snacks naturales elaborados a base de camotes al mercado de Chile, en la región de Valparaíso ofreciendo dos variedades de camotes.

Esta empresa ha sido constituida jurídicamente como una SAC para limitar la responsabilidad de los socios y por ser la modalidad más usada por pequeñas empresas. Para iniciarse en el negocio de la exportación de snacks naturales elaborados a base de camotes al mercado de Chile, en la región de Valparaíso va a calificarse bajo la Ley PYME definida por el régimen laboral especial como una microempresa, por tratarse de una empresa nueva, y contar con recursos limitados para su ejecución.

De acuerdo al estudio del mercado realizado en Chile, la demanda del insumo de camotes ha incrementado en los últimos 5 años. Asimismo, ello va de la mano con el incremento por el consumo de productos naturales con valor agregado. Es el mejor destino para la exportación de snacks. Por tal motivo, se busca introducir los snacks de camotes que aporta grandes beneficios al organismo en un envase reciclable y amigable con el medio ambiente.





Además, como las personas se preocupan por consumir productos más sanos y nutritivos, son más exigentes en la calidad de cada producto. En consecuencia, la empresa se ve en la necesidad de ofrecer un snack que cumpla con los estándares de adecuación y universalización con el mercado y cuente con todos los requisitos y certificados exigidos para su exportación.

El medio de pago es carta de crédito, irrevocable, confirmada y a la vista, debido a que nos da una mayor seguridad y agilidad en el cobro y por la facilidad de poder obtenerlo mediante un banco.

En cuanto al desarrollo de un plan logístico es necesario en primer lugar tener la demanda proyectada para poder calcular la cantidad de unidades que se va a exportar a nuestro mercado objetivo. Luego se debe preparar adecuadamente la carga para unitarizarla y que pueda ser manipulado la carga sin problemas. En tercer lugar, debemos seleccionar el medio de transporte que más nos conviene dependiendo del peso, valor, caducidad, costos, etc. Posteriormente, se define el tipo de exportación, en este caso la empresa lo hará como exportación definitiva y presentar todos los documentos exigidos y solicitados por la aduana para finalmente exportar con éxito y sin demoras, cumpliendo con los plazos estipulados dentro del contrato con el importador.

De acuerdo al análisis económico-financiero se puede observar que existe viabilidad del plan de negocio, porque según la tendencia de la demanda, la empresa tendrá ventas mayores a S/. 311,335.00. En el escenario moderado, se obtiene un VANE positivo de S/. 154,361.65 un TIRE de 59.91% y un beneficio/costo de S/. 2.25; el periodo de recuperación de la inversión es 27 meses en el flujo económico y 25 meses en el flujo financiero. Lo cual indica que este proyecto es rentable. Por lo expuesto, ambos flujos son positivos y alentadores para poder incursionar en este tipo de negocio y mercado de destino.

1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

SOCIOS CLAVES	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONES CON LOS CLIENTES	SEGMENTOS DE CLIENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Agricultores de la Provincia de Hualay y Norte Chico como Huacho y Barranca. • Ministerio de Agricultura: SENASA • Empresas que tercerizan el servicio de producción del tubérculo, etiquetado y envasado. • Inversionistas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación y Contratos en la elección de Proveedores. • Verificar parámetros de la calidad del Producto procesado como snack de camote. • Envase y Empaque. • Marketing. • Estudio de Mercado. • Tercerizar la parte logística. <p style="text-align: center;">RECURSOS CLAVES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materia Prima: camote • Agricultores expertos en pos cosecha. • Oficina administrativa. • Local de Almacén 	<p>Oferta de Valor para los consumidores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producto procesado con alto valor nutricional • Mayor cantidad en la presentación con un producto de calidad. • Precio accesible al mercado frente a la competencia. • Concientizar al cliente acerca de los beneficios que otorga el producto en cuanto al cuidado de la salud. 	<p>Captar Clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rueda de negocios, participar en Promperu. • Ferias internacionales. <p>Mantener a los Clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar promociones que satisfagan las necesidades del consumidor. <p>Incrementar Clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Blogs especializados. • Redes Sociales: Facebook <p style="text-align: center;">CANALES DE DISTRIBUCIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Venta a Distribuidoras. • Broker. 	<p>Distribuidoras / Minimarkets:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buscan precios competitivos. • Promociones al mercado. • Venta a personas con Bodega <p>Consumidores que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuidan su salud y consuman productos naturales. • Aprecien los productos con valor agregado en su preparación. <p>Consumidor Final:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clientes: Madres de los niños.
<p style="text-align: center;">ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Remuneraciones del Personal • Alquiler del Local en donde se realizará el ingreso y despacho del Producto. • Pago de mis Proveedores. • Pago a las empresas que nos darán el servicio de producción, etiquetado y envasado. • Inversión en Marketing y Publicidad. 			<p style="text-align: center;">FLUJOS DE INGRESO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cobro por cantidad ofrecida al Distribuidor Mayorista. • Cuota variable con respecto a la demanda del Vendedor. 	

2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1 Nombre o Razón Social

La razón social de la empresa se llamará AGROSNACKS EXPORT y será denominada “AGROSNACKS EXPORT S.A.C.” Se optó por ese nombre, porque hace referencia tanto al rubro como a la actividad comercial al que se dedicará la empresa. Por otro lado, el mercado al cual va dirigido el negocio es Chile, donde el idioma oficial es el español, pero se usará el inglés como nombre comercial ya que es un idioma comercial e internacionalizado. Los costos que involucra la constitución de una empresa son de S/. 473.00. **Se detallará en el anexo N°1**

Razón Social : AGROSNACKS EXPORT S.A.C.

RUC : 20601914780

2.2 Actividad económica o codificación internacional (CIIU)

Según (INEI, 2010) menciona que la CIIU es la Clasificación Industrial Internacional Uniforme elaborada por la Organización de la Naciones Unidas (ONU); nos permite contar con información actualizada que refleja la clasificación de las diferentes actividades económicas y productivas del país.

Según el sistema de clasificación industrial internacional uniforme, el código de la actividad económica de la empresa se clasifica de la siguiente manera:

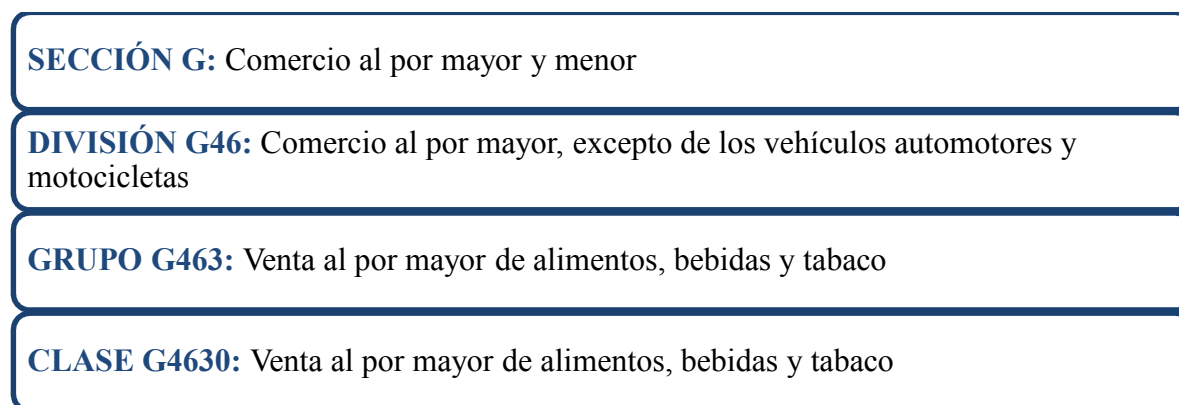


Figura 1: Actividad Principal del código CIIU

Fuente: Elaboración Propia en base al Instituto nacional de estadística e informática

2.3 Ubicación y factibilidad municipal y sectorial

2.3.1 Ubicación

Para poder iniciar las actividades del negocio es importante tomar en cuenta la zona donde estará ubicada el ambiente laboral, para ello antes de tomar una decisión final analizaremos los “Pros y Contras” que presenta las diversas zonas de la provincia de Lima y Callao. Esta decisión es un factor importante ya que involucra la zona donde trabajaremos por un determinado tiempo y nos ayudara a llevar a cabo las operaciones que involucra el negocio.

En función al método cuantitativo de valoración de distritos de la provincia de Lima y Callao se realizó a cabo un análisis que consiste en definir los principales factores determinantes de una localización para asignarles valores ponderados de peso relativo de acuerdo con la importancia que se les atribuye, cuya finalidad nos ayudara a precisar la ubicación del negocio.

Para empezar, se escogieron los posibles distritos, los cuales fueron evaluados y categorizados. A continuación, se detalla:

Tabla 1: Distritos de ubicación del Negocio

OPCIÓN	DISTRITOS
1	San Martín de Porres
2	Independencia
3	Canta Callao
4	Ventanilla

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la **Tabla N° 1** se han optado por 4 locales, cada uno de ellos en un distrito diferente. Estos se están categorizando en diversas opciones como: 1, 2, 3 y 4.

Posteriormente, se identificaron los factores de evaluación, los cuales tienen una relación directa con el establecimiento del presente plan de negocio de exportación de snacks de camotes, los cuales son: cercanía al puerto del Callao, costos de alquiler del local, proximidad a servicios logísticos, accesibilidad y por último seguridad.

En la siguiente tabla tenemos los factores considerados relevantes para la localización del proyecto, que nos permite una comparación cuantitativa de las diferentes zonas.

Tabla 2: Método de factores ponderados para la localización del proyecto

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

ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN					
ZONA		San Martín de Porres	Independencia	Canta Callao	Ventanilla
FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN			
Cercanía al puerto de Callao	0.25	2	3	4	4
Costos de alquiler del local	0.25	2	3	4	4
Proximidad a servicios logísticos	0.20	2	2	3	3
Accesibilidad	0.15	2	2	3	4
Seguridad	0.15	3	2	3	3
TOTAL	1	2.15	2.5	3.5	3.65

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la **Tabla N° 2** se colocó un peso relativo a cada uno de los factores mencionados, y en función a la escala de calificación se ponderó cada uno de los locales potenciales; por lo que, la calificación quedó definida de la siguiente manera, el local de San Martín de Porres 2.15 puntos, el local de Independencia 2.50 puntos, el local de Canta Callao 3.50 puntos y el local de Ventanilla 3.65 puntos.

Finalmente, la ubicación donde estará la oficina y el almacén para recibir la mercadería es en Ventanilla, debido a que fue el distrito que obtuvo el mayor puntaje en el método de factores ponderados.

La dirección exacta de nuestro local se detallará líneas abajo:

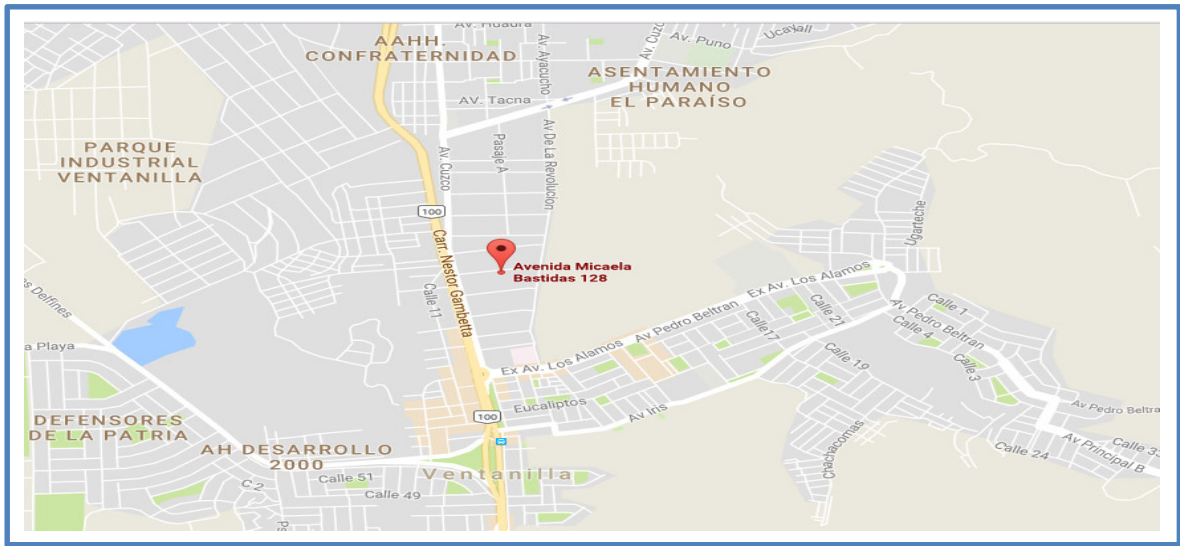


Figura 2: Ubicación de la empresa Agrosnacks Export S.A.C

Fuente: Google Maps

Como se puede observar en la **Figura N°2** la ubicación del negocio es en la Av. Micaela Bastidas 128, distrito de Ventanilla – Callao.

2.3.2 Factibilidad Municipal

(MUNICIPALIDAD DE VENTANILLA, 2016) menciona que de acuerdo al Texto Único de Procedimientos Administrativos- TUPA de la Municipalidad de Ventanilla, el monto para obtener la licencia de funcionamiento para establecimientos con un área de más de 100.00 m² hasta 500.00 m² es de S/. 275.20 y el plazo de entrega del Certificado y Resolución de Unidad son de 15 días calendarios.

2.3.3 Factibilidad Sectorial

De acuerdo a la Ley N°28976, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, no es necesario un certificado de zonificación o compatibilidad de uso para el trámite de licencia de funcionamiento, pero si se hará una inspección de Defensa Civil que consiste en la verificación de forma ocular del cumplimiento o incumplimiento de las normas de seguridad.

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

2.4.1 Foda

Tabla 3: Matriz EFI (Evaluación de Factores Internos)

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

FACTORES DETERMINANTES		PESO	VALOR	POND.
DE ÉXITO				
FORTALEZAS				
1	Producto diferenciado con creciente demanda	0.15	4	0.60
2	Información sobre precios de la competencia	0.18	4	0.72
3	Ubicación estratégica del local	0.10	3	0.30
4	Personal calificado	0.03	3	0.09
5	Confianza y buena relación con proveedores	0.03	4	0.12
6	Aplicación de estrategias de marketing y publicidad	0.02	2	0.04
7	Conocimiento del proceso de Exportación	0.03	2	0.06
8	Innovación en el envase del producto	0.04	3	0.12
9	Producto con alto valor nutricional	0.05	3	0.15
10	Gran rendimiento por hectárea de cultivo	0.06	3	0.18
SUB – TOTAL		0.69		2.38
DEBILIDADES				
1	Infraestructura del local alquilada.	0.07	2	0.14
2	Falta de variedad de presentaciones	0.02	2	0.04
3	Falta de posicionamiento de la marca.	0.04	3	0.12
4	La empresa no cuenta con una propia planta para la elaboración de los productos.	0.04	1	0.04
5	Poca experiencia en el mercado.	0.02	1	0.02
6	Falta de información de los canales de distribución de la competencia	0.03	2	0.06
7	Pocos ingresos iniciales	0.03	1	0.03
8	Baja capacidad crediticia	0.02	3	0.06
9	Exportación limitada en los primeros meses.	0.01	3	0.03
10	Falta de información sobre los consumidores	0.03	2	0.06
SUB – TOTAL		0.31		0.60
TOTAL		1		2.98

Fuente: Elaboración Propia

La ponderación hallada en cuanto a fortalezas y debilidades, nos indica la capacidad que tiene la empresa para hacer frente a sus puntos débiles, fortaleciendo o aprovechando sus puntos fuertes.

Tabla 4: Matriz EFE (Evaluación de Factores Externos)

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

FACTORES DETERMINANTES		PESO	VALOR	POND.
DE ÉXITO				
OPORTUNIDADES				
1	Preferencias arancelarias por el acuerdo comercial.	0.10	3	0.30
2	PBI per cápita.	0.08	3	0.24
3	Aumento de consumo de productos naturales.	0.07	4	0.28
4	Uso de E commerce	0.06	3	0.18
5	Tipo de cambio hacia la alza	0.09	4	0.36
6	Capacidad de atraer nuevos clientes	0.09	4	0.36
7	PBI	0.05	3	0.15
8	Beneficios Tributarios de parte del Estado	0.08	4	0.32
9	Crecimiento en el mercado más rápido	0.09	4	0.36
10	Riesgo país	0.08	1	0.08
SUB – TOTAL		0.79		2.63
AMENAZAS				
1	Ingreso de plagas en las cosechas	0.03	2	0.06
2	Alza en el coste del transporte internacional.	0.02	1	0.02
3	Ingreso de futuros competidores con precios más bajos.	0.02	2	0.04
4	Cambios de Gobierno	0.01	2	0.02
5	Inflación.	0.02	1	0.02
6	Las ventas de productos sustitutos en crecimiento.	0.02	2	0.04
7	Desconfianza en el producto novedoso	0.03	2	0.06
8	Crisis económica	0.02	1	0.02
9	Retraso en la forma de pago de nuestros cliente	0.03	2	0.06
10	Preferencias arancelarias por el acuerdo comercial.	0.01	1	0.01
SUB – TOTAL		0.21		0.35
TOTAL		1		2.98

Fuente: Elaboración Propia

La ponderación hallada en cuanto a oportunidades y amenazas, nos indica ciertos factores externos que no pueden ser controlados, puesto que la empresa debe aprovechar las oportunidades para amortiguar el impacto que las amenazas pueden presentar.

Tabla 5: Matriz FODA

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Producto diferenciado con creciente demanda. 2. Información sobre precios de la competencia. 3. Confianza y buena relación con proveedores. 4. Innovación en el envase del producto. 5. Gran rendimiento por hectárea de cultivo. 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Infraestructura del local alquilada. 2. Falta de variedad de presentaciones. 3. Falta de posicionamiento de la marca. 4. Poca experiencia en el mercado. 5. Falta de información sobre los consumidores.
	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento de consumo de productos naturales. 2. Capacidad de atraer nuevos clientes. 3. Preferencias arancelarias por el acuerdo comercial. 4. Tipo de cambio hacia el alza. 5. Crecimiento en el mercado más rápido 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS FO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Incrementar las exportaciones en los meses de mayor rendimiento de cultivo aprovechando el TLC con el mercado objetivo (F5, O3) 2. Explotar el valor agregado y el diseño del producto promoviendo campañas que detallen los beneficios del consumo de insumos naturales (F1, F4, O1) 3. Ofrecer precios competitivos a las distribuidoras además de promociones como plan de contingencia para atraer nuevos clientes (F2, O2, O5)
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alza en el coste del transporte internacional. 2. Ingreso de plagas en las cosechas. 3. Cambios de Gobierno. 4. Ingreso de futuros competidores con precios más bajos. 5. Desconfianza en el producto novedoso 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS FA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Exportar mayor cantidad en los meses de mayor rendimiento para tener un buen abastecimiento en caso de alza (F5, A1) 2. Evaluar constante los precios de la competencia de acceso al mercado para evitar perder clientes potenciales (F2, A4). 3. Ofrecer al mercado producto de calidad. (F1, A5). 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS DA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Participar en ferias para dar a conocer el producto que ofrecemos (D3, A5) 2. Invertir en infraestructura para mejorar la capacidad instalada de la empresa (D1, A5). 3. Optimizar todos los procesos de la empresa para reducir costos (D4, A1). 4. Analizar la cosecha por estación para evitar el ingreso de plagas y no vernos afectados en abastecimiento (D4, A2)

Fuente: Elaboración propia

2.4.2 Objetivos

Los objetivos de la empresa Agrosnacks Export como exportadores de snacks naturales elaborados a base de camotes, son los siguientes:

Objetivo General:

Determinar la viabilidad de comercializar snacks naturales elaborados a base de camotes al mercado de Chile.

Objetivo Específicos:

- Evaluar el diferente régimen laboral y tributario para la reducción de costos.
- Evaluar la Ciudad de Destino para la exportación de snacks en el 2018
- Aumentar el nivel de ventas en 4% en el año 2019.
- Aumentar la oferta exportable a través de la búsqueda de proveedores.
- Analizar el medio de pago y el incoterm a utilizar en el año 2018
- Determinar la rentabilidad del proyecto en el periodo de 5 años.

2.4.3 Misión

Según Hirt, (2004) detalla que el concepto de misión se define como la misión de una organización “es su propósito general”

Por lo tanto, la misión de la empresa Agrosnacks Export S.A.C, a continuación:

“Somos una empresa que se dedica a la exportación de snacks naturales elaborados a base de camotes para las distribuidoras que buscan precios competitivos ofertando al mercado productos de calidad que beneficia a los clientes por ofrecer un valor nutricional”.

2.4.4 Visión

Según Fleitman, (2000) menciona que el concepto de visión se define como “el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad”

Por lo tanto, la visión de la empresa Agrosnacks Export S.A.C, a continuación:

“Llegar a ser una empresa reconocida a nivel internacional en el año 2022 por ofrecer productos de calidad y precios accesibles”.

2.4.5 Valores

Según Hernandez, (2013) menciona que un valor es una cualidad propia de todo ser humano, por ende son el reflejo de nuestro comportamiento basado en los principios. La empresa se comprometerá y aplicará los siguientes valores dentro de la organización:

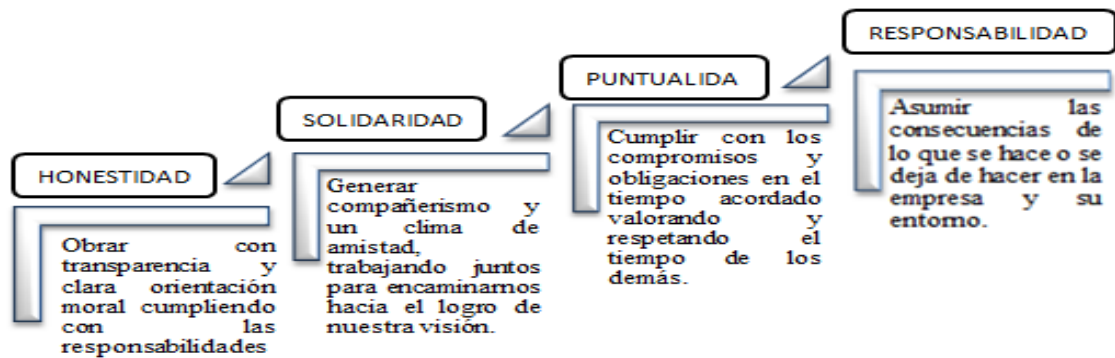


Figura 3: Valores que rige la empresa Agrosnacks Export S.A.C

Fuente: Elaboración Propia

2.4.6 Principios

Según Hernandez, (2013) define que los principios son las actitudes consecuentes de los valores asumidos que orientan y regulan la vida de la organización. Los principios que se difundirá en la empresa, son los siguientes:



Figura 4: Principios que rige la empresa Agrosnacks Export S.A.C

Fuente: Elaboración Propia

2.4.7 Cultura Organizacional y Política

Según Fischman, (2009) menciona que la cultura organizacional es el elemento primordial para el éxito de las empresas. Existen 3 niveles de la cultura organizacional: el primer nivel de cultura se conoce como el de los artefactos y se refiere a todo lo que se puede ver, oír y sentir en una organización. El segundo nivel está conformado por los valores y el tercer nivel por las creencias compartidas.

La empresa orientara el comportamiento de los empleados hacia el logro de los objetivos propuestos. Para lograr todo esto de forma efectiva, es necesario establecer políticas empresariales; las cuales se detallan a continuación:

Políticas

- Los trabajadores ingresarán a la oficina administrativa a las 8:00 am y la salida será a las 6:00 pm de lunes a viernes y los sábados de 9 am a 01:00 pm.
- Los trabajadores deben vestir siempre presentables e higiénicos.
- El uso del carnet es obligatorio y debe estar visible.
- La remuneración de los trabajadores será de manera mensual.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- La atención con nuestros clientes y proveedores es personalizada, estaremos a la expectativa de cualquier comentario o sugerencia ya sea por correo o cualquier otro medio de comunicación.
- El tiempo de atención por respuesta de un correo electrónico no debe ser mayor a las 12 horas, dentro de los días hábiles.
- Promociones de actividades deportivas, sociales y culturales.
- Habrá reconocimientos al personal por ideas de mejora y/o ahorro para la empresa.
- Las Facturas de contado serán pagadas en el momento de la entrega del producto. En caso de la Factura Crédito, se entregará copia de la misma con la firma de recibido del cliente.

2.5 Ley de Mype micro y pequeña empresa

Según SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE FISCALIZACIÓN LABORAL, (2016) menciona que la Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, ha sido prorrogada durante 3 años en virtud de la Ley N.º 30056 “Ley que fue publicada el 02 de Julio del 2013 y modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”

Tabla 6: Características de las micro, pequeñas y medianas empresas

LEY N° 30056		
Categoría Empresarial	Ventas Anuales en UIT	Ventas Anuales en S/.
Microempresa	Hasta 150 UIT	S/. 607, 500
Pequeña Empresa	Superior a 150 UIT hasta 1, 700 UIT	Superior a S/. 607, 500 hasta S/.' 885, 000
Mediana Empresa	Superior a 1, 700 UIT hasta 2,300 UIT	Superior a 6' 885, 000 hasta S/.' 9' 315, 000

*El monto de las UIT se regula anualmente. Para el año 2017 la UIT es de S/.' 4, 050

Fuente: Elaboración Propia en base a SUNAT

Como se puede observar en la **Tabla N° 6**, la empresa Agrosnacks Export S.A.C se acogerá a la Ley Mype de la Microempresa.

2.6 Estructura Orgánica

El plan de negocio se acogerá a una estructura lineal-funcional. La organización lineal se caracteriza porque la autoridad y responsabilidad se concentra en una sola persona quien toma todas las decisiones y tiene la responsabilidad básica al mando este caso será el Gerente General. La organización funcional se caracteriza porque cada área tendrá autoridad, cada uno en su propio campo, sobre la totalidad del personal que realiza labores relacionadas con su función.

El Gerente General será el representante legal de la organización, debiendo responder al organigrama que se encuentra a continuación:

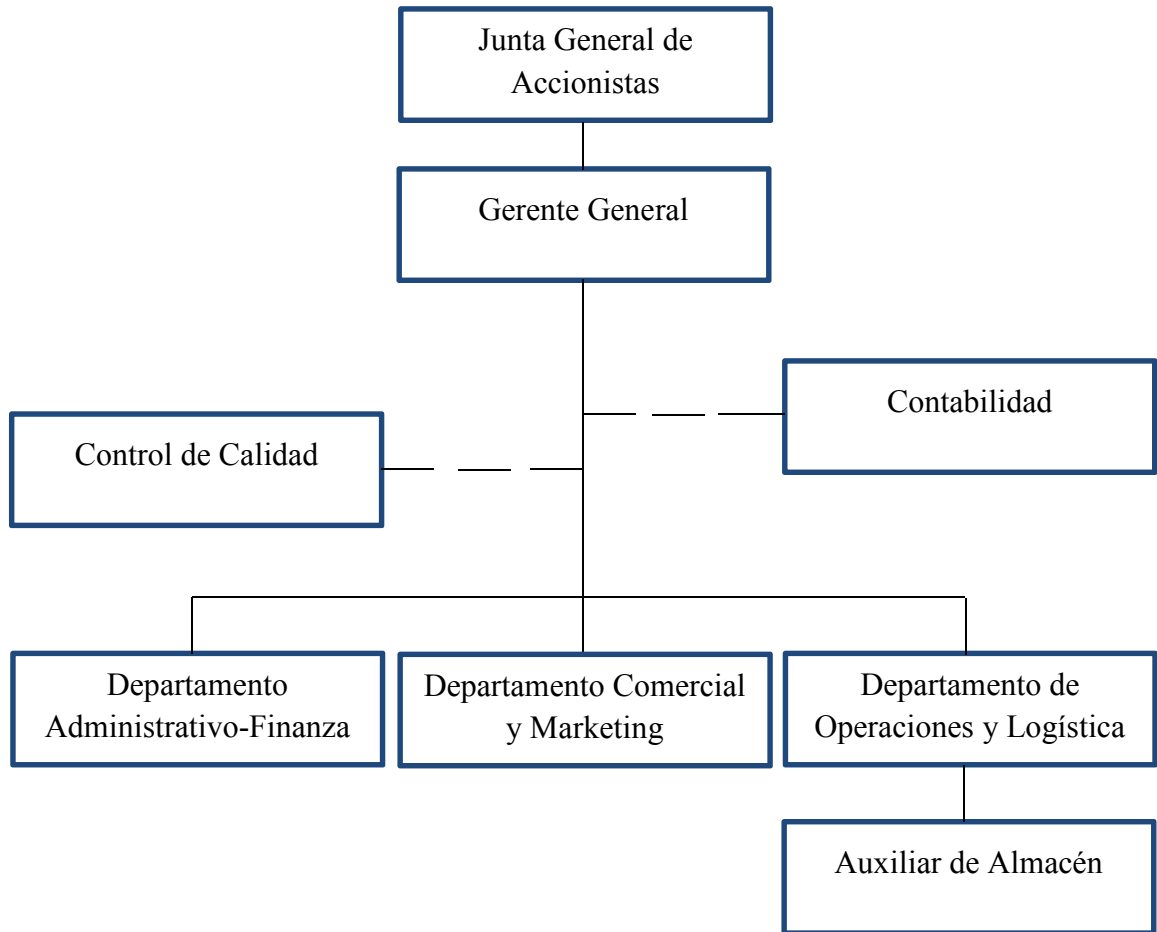


Figura 5: Organigrama de la Empresa Agrosnacks Export S.A.C

Fuente: Elaboración Propia

2.6.1 Principales funciones del personal

Para facilitar el logro de los objetivos de la empresa, cada uno de los puestos detallados anteriormente en el organigrama deberán llevar a su cargo y cumplir con funciones específicas que ayuden a crecer y fortalecer la empresa. Por ello, se van a detallar las funciones principales del personal de la empresa Agrosnacks Export S.A.C.

Junta General de Accionistas:

Según GESTIÓN, (2015) menciona que la Junta General de Accionistas es el órgano de la sociedad empresarial integrado por todos sus accionistas, independientemente de la participación de cada uno de ellos, que se reúne para deliberar y tomar decisiones.

Gerencia General

Es el representante legal de la empresa ante las autoridades judiciales, administrativas, laborales, municipales, políticas y policiales velando por el cumplimiento de todos los requisitos legales que afecten las operaciones de ésta.

Tabla 7: Principales Funciones de Gerencia General

PRINCIPALES FUNCIONES

Supervisar y controlar el buen funcionamiento de todas las áreas de la empresa, delegando adecuadamente funciones y verificando los logros de la organización.

Decidir respecto a la contratación, selección del personal adecuado para cada cargo.

Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.

Realizar negociaciones y representar los intereses de la organización ante los proveedores, clientes.

Fuente: Elaboración Propia

Departamento administrativo y finanzas

Tabla 8: Principales Funciones del Asistente de Administración y Finanzas

PRINCIPALES FUNCIONES

Aprobar la adquisición y contratación de los bienes y servicios necesarios para la ejecución de las actividades de la empresa.

Elaborar flujo de costos, presupuestos, revisión de planillas para el pago de haberes

Elaborar diversos reportes y presentaciones para la gerencia y entidades financieras.

Identificar mejoras en procesos de gestión de la información.

Fuente: Elaboración Propia

En base a las funciones detalladas en la Tabla N° 08, para este cargo se requiere un profesional egresado de las carreras de Administración o economía; con un mínimo de 1 año de experiencia.

Departamento Comercial y Marketing

Tabla 9: Principales Funciones del Asistente comercial y marketing

PRINCIPALES FUNCIONES

Búsqueda de nuevos clientes a través de participación en ferias internacionales.
Diseñar y elaborar estrategias publicitarias de los servicios de la empresa.
Seguimiento, coordinación, ejecución para la implementación del plan de Marketing.
Elaborar reportes sobre el avance y cumplimiento de objetivos de las ventas.
Asistir en el desarrollo, ejecución de campañas y activaciones.

Fuente: Elaboración Propia

En base a las funciones detalladas en la Tabla N° 09, para este cargo se requiere un profesional egresado o bachiller de las carreras de Administración o marketing; con un mínimo de 1 año de experiencia.

Departamento de Logística y Operaciones

Tabla 10: Principales Funciones del Asistente de Logística y Operaciones

PRINCIPALES FUNCIONES

Hacer seguimiento a la cadena logística de exportación.
Supervisar la maquila de la empresa que nos brindará este servicio.
Realizar presupuesto semanal para presentarlo a gerencia y poder cumplir con el abastecimiento normal.
Negociar con los proveedores y agentes aduaneros a fin de optimizar los procesos.
Gestionar la compra de materia prima, insumos y otros.
Coordinación de los despachos con los transportistas

Fuente: Elaboración Propia

En base a las funciones detalladas en la Tabla N° 10, para este cargo se requiere un profesional de las carreras de Administración, Administración de negocios internacionales o Ingeniería industrial; con un mínimo de 1 año de experiencia.

Auxiliar de Almacén

Tabla 11: Principales Funciones del Auxiliar de Almacén

PRINCIPALES FUNCIONES

Coordinar con su jefatura inmediata

Ejecutar la recepción y almacenamiento de los productos.

Despachar la mercadería con sumo cuidado.

Realizar el inventario diario de productos y otros suministros y apoyar en la codificación.

Fuente: Elaboración Propia

En base a las funciones detalladas en la Tabla N° 11, para este cargo se requiere una persona con educación técnica y experiencia de 6 meses en posiciones similares con conocimiento en Microsoft Office nivel básico.

Servicio de terceros:

Contabilidad (Contador externo)

Tabla 12: Principales Funciones de Contabilidad

PRINCIPALES FUNCIONES

Elaborar estados financieros.

Preparar el pago de impuestos según cronograma de pagos de la SUNAT

Trabjará en estrecha colaboración con el departamento de finanzas.

Registro de compras, gastos y ventas y declarar impuestos.

Fuente: Elaboración Propia

En base a las funciones detalladas en la Tabla N° 12, para este cargo se requiere un profesional de la carrera de Contabilidad con un mínimo de 2 años de experiencia.

Control de calidad

Tabla 13: Principales Funciones del Especialista de Control de Calidad

PRINCIPALES FUNCIONES

Realizar el control y supervisión de los productos durante cada proceso de producción a la empresa que nos hará el servicio de maquila en cada exportación que se realice teniendo en consideración los requisitos establecidos y las fichas técnicas de productos en mercado de Destino.

Verificar el cumplimiento de las normas, procedimientos y estándares aplicables al proceso y al producto.

Elaborar un reporte de la supervisión a la empresa maquiladora.

Llenar los registros de los productos no conformes, inspección de productos y productos devueltos.

Fuente: Elaboración Propia

En base a las funciones detalladas en la Tabla N° 13, para este cargo se requiere un profesional de la carrera Ingeniería en industrias alimentarias con un mínimo de 3 años de experiencia.

2.7 Cuadro de Asignación del Personal

Tabla 14: Asignación del Personal de la empresa Agrosnacks Export S.A.C

(Expresado en soles)

PLANILLA ANUAL										
CARGO	NRO. DE EMPLEADOS	REGIMEN PENS.	SUELDO	DESC. REG.PENS	PAGO MENSUAL	PAGO ANUAL	VACACIONES 15 DIAS	SUB TOTAL	ESSALUD 9%	TOTAL ANUAL
Gerente General	1	AFP Habitat Mixta	2.300	270	2.030	23.210	1.150	24.360	2.192	26.552
Asistente de Operaciones y Logística	1	AFP Habitat Mixta	1.200	141	1.059	12.109	600	12.709	1.144	13.853
Asistente Comercial y Marketing	1	ONP	1.200	156	1.044	11.928	600	12.528	1.128	13.656
Asistente de Administración y Finanzas	1	AFP Habitat Flujo	1.200	154	1.046	11.952	600	12.552	1.130	13.682
Auxiliar de Almacén	1	AFP Habitat Flujo	850	109	741	8.466	425	8.891	800	9.692
TOTAL	5		6.750	830	5.920	67.666	3.375	71.041	6.394	77.435

DES. REGIMEN PENSIONARIO	
ASIGNAC.FAMILIAR	85
AFP HABITAT MIXTA	11,74%
AFP HABITAT FLUJO	12,83%
ONP	13%

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la Tabla N°14, no se considera dentro del pago de planilla pago CTS ni Gratificaciones debido a que al régimen que se acogerá la empresa será al Régimen de Microempresa Ley Mype 30056.

Tabla 15: Servicio de terceros de la empresa Agrosnacks Export S.A.C
(Expresado en soles)

RECIBO POR HONORARIO				
CARGO	NRO. DE EMPLEADOS	SUELDO	PAGO ANUAL	TOTAL ANUAL
Contabilidad	1	300	3.600	3.600
Especialista de Control de calidad	1	600	5.400	5.400
TOTAL	2	900	9.000	9.000

COSTO ANUAL DE PLANILLA	S/.	86,435
--------------------------------	------------	---------------

Fuente: Elaboración Propia

2.8 Forma Jurídica Empresarial

Para optar por elegir un tipo de sociedad primero debemos conocer el alcance de su significado. Se entiende como sociedad a un contrato que se lleva a cabo entre dos o más personas con el objetivo de realizar un negocio.

Según RPP NOTICIAS, (2015) detalla que hay diferentes formas de constituir una empresa, según las actividades y la cantidad de socios. Cada una tiene un tratamiento tributario distinto, en este plan analizaremos la Sociedad Anónima Cerrada, que a continuación se detalla:

CARACTERÍSTICAS	De 2 a 20 accionistas.
DENOMINACIÓN	La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Anónima Cerrada", o de las siglas "S.A.C."
ÓRGANOS	Junta General de Accionistas, Directorio (opcional) y Gerencia
CAPITAL SOCIAL	Aportes en moneda nacional y/o extranjera y en contribuciones tecnológicas intangibles.
DURACIÓN	Determinado o Indeterminado
TRANSFERENCIA	La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.

Fuente: ProInversión

Razones por las que se eligió una Sociedad Anónima Cerrada:

La empresa Agrosnacks Export determinó por elegir la forma societaria de una S.A.C. en comparación de una S.A o S.R.L por las siguientes razones:

Figura 6: Características de una SAC

- **Transferencia de acciones:** Al no requerir de escritura pública ni inscripción en Registros Públicos se protege la privacidad de la transferencia de acciones de la empresa que en el caso de la S.R.L sería de conocimiento público.
- **Órganos:** No necesitas muchas instancias para tomar decisiones porque la conformación de Directorio no es obligatoria y las Juntas Generales de Accionistas pueden ser convocadas a través de correo electrónico mientras que en la S.A las reuniones de Accionistas deberán ser notificadas por el periódico y el contenido de la discusión deberá quedar registrado en actas, retrasando sus gestiones.

La empresa Agrosnacks Export será constituida como una persona jurídica, ya que nos dará mayor credibilidad y presencia en el mercado y se acogerá a una Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.) debido a que es una modalidad con socios conocidos generalmente familiares como es el caso de este plan de negocio.

Tabla 16: Aporte de socios de la empresa Agrosnacks Export S.A.C

(Expresado en soles)

NOMBRE DEL ACCIONISTA	CAPITAL	VALOR	ACCIONES	%
Primer accionista	38,124.57	10	3,812	70%
Segundo accionista	10,893	10	1,089	20%
Tercer accionista	5,446	10	545	10%
TOTAL APORTE PROPIO	54,464	10	5,446	100%

Fuente: Elaboración Propia

2.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

Según EL COMERCIO, (2014) detalla que una marca es un signo que permite diferenciar los productos que ofrece una empresa de aquellos que son sus competidores.

La empresa Agrosnacks Export S.A.C. ingresará el mercado chileno con marca blanca, es decir nos referimos a productos que se venden bajo una marca no publicitada, las marcas blancas han evolucionado para convertirse en productos de mayor calidad, con envases más sofisticados. Tendrá una duración de 2 años, ya que a partir del tercer año se pretende contar con marca propia que permita distinguirse de la competencia y permanecer en la mente del cliente.

Requisitos para el registro de marcas

El trámite de registro de marca se hace directamente en INDECOPI completando un formulario y cumpliendo una serie de requisitos. Antes de realizar ello, es recomendable hacer una búsqueda de antecedentes fonéticos y figurativos para saber si ya está registrada alguna marca que, en palabras o imágenes, sea igual o similar a la que uno desea solicitar.

- El costo de búsqueda de antecedentes fonéticos es de S/. 30.99
- El costo de búsqueda de antecedentes figurativos es de S/. 38.46

Según INDECOPI, (2016) detalla que los requisitos para el registro de una marca son:

- Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrado). **Se detalla en el anexo N°3**
- Indicar los datos de identificación del(s) solicitante(s):
 - Para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
 - En caso de contar con un representante, se deberá de indicar sus datos de identificación y será obligado presentar el documento de poder.

- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar. Si este posee elementos gráficos, se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5cm de largo y 5cm de ancho y a colores).
- Determinar expresamente cuáles son los productos, servicios o actividades económicas que se desea registrar. Para saber las clases a las cuáles pertenecen los productos o servicios a distinguir, se sugiere entrar al buscador PERUANIZADO.
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 562.95 Nuevos Soles. Este importe deberá pagarse en la sucursal del Banco de la Nación ubicado en el Indecopi-Sede Sur, Calle De La Prosa N° 104-San Borja.

2.10 Requisitos y Trámites Municipales

De acuerdo al Texto Único de Procedimientos Administrativos – TUPA, los requisitos son los siguientes:

Establecimiento con área mayor a 100 m² y menor a 500 m²

Requisitos Generales

1. Formato de Solicitud de Licencia de Funcionamiento (**Se detalla en el anexo N° 4**), con carácter de declaración jurada que incluya:
 - Número de RUC y DNI o Carnet de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
 - Número de DNI o Carnet de Extranjería del Representante Legal, en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos.
2. Copia de Vigencia de Poder del Representante Legal en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos.

NOTA: Durante la tramitación del procedimiento, el personal de la Municipalidad realizará la inspección técnica en seguridad (según Art. 7° Ley N°28976). **Se detalla en el anexo N°5**

2.11 Régimen Tributario Procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades

De acuerdo a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, (2016) menciona que el Registro Único de Contribuyentes – RUC es un padrón en el que deben registrarse los contribuyentes respecto de los tributos que administra la SUNAT y constituye una base de datos cuya información es actualizada permanentemente por los contribuyentes y por la misma SUNAT.

Para obtener el número de RUC se deberá acercarse a cualquier Centro de Servicios al Contribuyente cercano a su domicilio fiscal y presentar los siguientes documentos:

Tabla 17: Requisitos de Inscripción al RUC

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN DE EMPRESAS
PERSONA JURÍDICA
<ul style="list-style-type: none">• Brindar correo electrónico y teléfono móvil.• Último DNI original con los últimos dos hologramas de votación.• Presentar cualquier documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara (ejemplo: Recibo de servicio, estado de cuenta, recibo virtual, contrato de alquiler y afines, etc.)• Ficha o partida electrónica certificada por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a 30 días calendario (original y copia).

Fuente: Elaboración Propia en base a la información de SUNAT

Regímenes Tributarios

Son aquellas categorías en las cuales toda persona natural o jurídica que posea o va a iniciar un negocio deberá estar registrada en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT, que establece los niveles de pagos de impuestos nacionales.

A partir de este año 2017, los regímenes tributarios han sufrido modificaciones. Antes contábamos con sólo tres regímenes: NRUS, Régimen Especial y Régimen General, desde enero de este año, los contribuyentes pueden acogerse además al Régimen MYPE Tributario.

Tabla 18: Características de los Regímenes Tributarios

CONCEPTOS	RÉGIMEN ESPECIAL	RÉGIMEN MYPE	RÉGIMEN GENERAL
Persona Jurídica	Sí puede acogerse	Sí puede acogerse	Sí puede acogerse
Límite de Ingreso y/o Compra Mensual	Hasta S/. 525, 000 anuales	Ingresos netos anuales hasta 1 700 UIT	Sin Límite
Límite de Ventas y/o Compra Anuales	Hasta S/. 525, 000 anuales	Ingresos netos anuales hasta 1 700 UIT	Sin Límite
Comprobantes de pago que pueden emitir	Factura, boleta de venta y los demás permitidos	Factura, boleta de venta y los demás permitidos	Factura, boleta de venta y los demás permitidos
Declaración Anual - Renta	NO	SÍ	SÍ
Pago de Tributos	*Renta: Cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales. *IGV: 18% (Incluye el Impuesto de Promoción Municipal).	*Renta: 1%, cuando sus ingresos netos anuales no superen las 300 UIT o 1.5%, cuando sus ingresos netos anuales superen las 300 UIT. *IGV: 18% (Incluye el Impuesto de Promoción Municipal). Declaración anual y pago de regularización: 10% hasta las 15 UITs de la Renta Neta Anual o 29.5% si es más de las 15 UITs de la Renta Neta Anual.	*Renta: Pago a cuenta mensual. El que resulta mayor entre: Coeficiente o 1.5% sobre ingresos y un pago de regularización anual. *IGV: 18% (Incluye el Impuesto de Promoción Municipal). Declaración anual y pago de regularización: 29.5% de la renta neta imponible.
Libros obligados a llevar	*Registro de Compras y *Registro de Ventas	1. Hasta 300 UITs de ingresos anuales llevan: *Registro de Compras *Registro de Ventas y *Libro Diario Simplificado 2. Desde 300 hasta 500 UITs de ingresos anuales llevan: *Libro Diario *Libro Mayor *Registro de Compras *Registro de Ventas 3. Desde 500 hasta 1 700 UITs de ingresos anuales, llevan: *Libro de Inventarios y Balances *Libro Diario *Libro Mayor *Registro de Compras *Registro de Ventas 4. Mas de 1 700 UITs de ingresos anuales llevan: Contabilidad completa.	1. Hasta 300 UITs de ingresos anuales llevan: *Registro de Compras *Registro de Ventas y *Libro Diario Simplificado 2. Desde 300 hasta 500 UITs de ingresos anuales llevan: *Libro Diario *Libro Mayor *Registro de Compras *Registro de Ventas 3. Desde 500 hasta 1 700 UITs de ingresos anuales, llevan: *Libro de Inventarios y Balances *Libro Diario *Libro Mayor *Registro de Compras *Registro de Ventas 4. Mas de 1 700 UITs de ingresos anuales llevan: Contabilidad completa.
Llevado de Libros	*FÍSICOS: Comprar y legalizar (plazos señalados en el artículo 1° de la RS N° 078-98/SUNAT) o *ELECTRÓNICOS: Sistemas de Libros Electrónicos (SLE): Sistema PLE y SLE PORTAL		
Medios para Declaración y Pago	A través de los Programas de Declaración Telemática (PDT): *PDT IGV - Renta (alternativamente también se puede utilizar el Formulario Virtual 621 Simplificado IGV - Renta). *PDT Otras Retenciones. PDT Planilla Electrónica.		

Fuente: Elaboración Propia en base de la información de la SUNAT

El régimen tributario elegido para la empresa es el Régimen Especial a la Renta.

2.12 Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

Según SUNAT, Concepto - Planilla Electrónica, (2017) menciona que el PLAME es el 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.

La empresa Agrosnacks Export S.A.C. cumplirá con el registro de trabajadores desde que inician la prestación de sus servicios (T – registro). También ingresará con la clave SOL al PDT PLAME para cumplimiento de la presentación de la planilla mensual de pagos y declaración de las obligaciones generadas.

2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral

Cuando se trata de contratar personal para un negocio, es importante tener la información necesaria para gestionar los contratos adecuados, en beneficio del trabajador y el contratante, ya que es parte de la formalización de una empresa.

La empresa Agrosnacks Export S.A.C. se acogerá al régimen laboral especial de la micro empresa porque de acuerdo a la proyección de ventas no se superará las 150 UIT de forma anual (en ventas) y se reducen costos (por inicio de las operaciones de la empresa). La empresa se acogerá al régimen laboral especial de la pequeña empresa a partir del tercer año.

Diferencias entre el Régimen Laboral General y el Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña Empresa

BENEFICIOS DE LOS TRABAJADORES	RÉGIMEN LABORAL GENERAL O COMÚN	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
VACACIONES	El trabajador tiene derecho a 30 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio. Estas pueden reducirse de 30 días	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.
JORNADA NOCTURNA (Entre las 10:00 p.m. a 6:00 a.m.)	Su remuneración no puede ser inferior a la Remuneración Mínima Vital más una sobretasa equivalente al 35% de esta.	Si la jornada habitualmente es nocturna, no se aplicará la sobre tasa del 35%	Su remuneración no puede ser inferior a la Remuneración Mínima Vital más una sobretasa equivalente al 35% de esta.
COMPENSACIÓN POR TIEMPO DE SERVICIOS (CTS)	Una remuneración mensual, depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).	No.	15 remuneraciones diarias depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).
GRATIFICACIONES	Se otorga dos veces al año, una por Fiestas Patrias y otra por Navidad, en razón a una remuneración completa por cada oportunidad, y se pagará por mes calendario completo laborado.	No.	Se otorgará dos veces al año, una por Fiestas Patrias y otra por Navidad, en razón a media remuneración por cada oportunidad, siempre y cuando laboren el semestre completo, caso contrario percibirán la parte proporcional.
SEGURO DE SALUD	ESSALUD 9% de la remuneración – lo aporta en su integridad el empleador.	Seguro Integral de Salud (SIS) – El empleador deberá realizar un aporte mensual equivalente al 50% del aporte mensual total del régimen semi-contributivo del SIS, el otro 50% será completado por el Estado.	ESSALUD 9% de la remuneración – lo aporta en su integridad el empleador.
INDEMNIZACIÓN POR DESPIDO ARBITRARIO	En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización una remuneración y media por cada mes dejado de laborar, en caso sea un contrato a plazo determinado, y le tocará una remuneración y media por cada año de trabajo en caso sea un contrato indeterminado; en ambos casos con un máximo de 12 remuneraciones.	En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización el equivalente a 10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de noventa (90) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.	En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización el equivalente a 20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de ciento veinte (120) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.
ASIGNACIÓN FAMILIAR	10% de la remuneración mínima vital, tengan a su cargo uno o más hijos menores de 18 años y hasta 24 años en caso de que el hijo al cumplir la mayoría de edad este cursando estudios superiores.	No.	No.

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

Figura 7: Diferencias entre el Régimen Laboral General y el Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña Empresa

2.14 Modalidades de Contratos Laborales

Para iniciar las operaciones, la empresa Agrosnacks Export S.A.C deberá contar con personal calificado con quienes se celebrarán contratos de trabajo voluntario entre el empleador y el trabajador, a cambio de una remuneración.

Con el contrato, se inicia la relación laboral sólo puede existir si ambas partes están de acuerdo en las obligaciones y los derechos que dan origen a la relación laboral.

Los tipos de contratos son:

- Contrato a plazo indeterminado o indefinido
- Contrato a plazo fijo o determinado o también llamados sujetos a modalidad
- Contrato a tiempo parcial
- Otro tipo de contrato

La empresa Agrosnacks Export S.A.C celebrará contratos sujetos a modalidad que son aquellos donde la prestación de servicios se da por un tiempo determinado y de acuerdo a las necesidades del mercado (aumento de ventas de la empresa).

Estos contratos se celebrarán siempre por escrito y, obligatoriamente, registrarse ante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo dentro de los 15 días naturales de su celebración, de acuerdo a la siguiente clasificación:

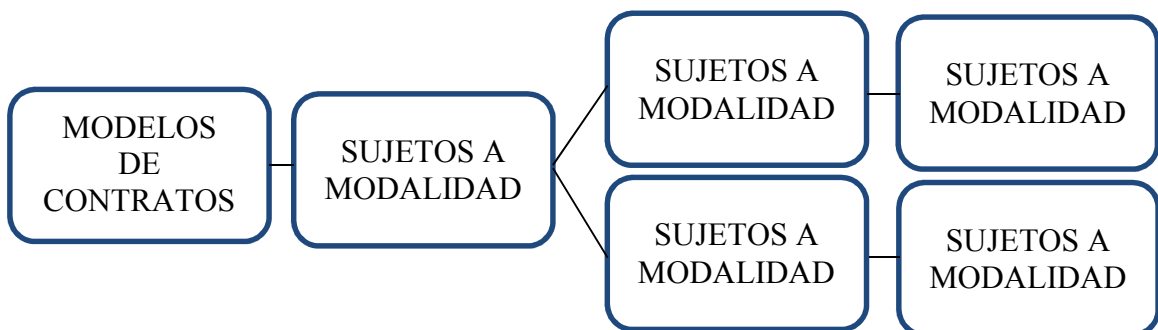


Figura 8: Modelos de contratos de la empresa Agrosnacks Export S.A.C.

Fuente: Elaboración propia en base al ministerio de trabajo y promoción del empleo (MINTRA)

Entre los contratos sujetos a modalidad, la empresa Agrosnacks Export S.A.C adoptará la modalidad de contrato por inicio de lanzamiento de nueva actividad. La vigencia de contratos tendrá un tiempo de tres meses, pudiendo ser renovados de acuerdo al desempeño del personal. **El modelo de contrato se detalla en el anexo N° 06.**

Adicionalmente, Agrosnacks Export S.A.C contará con un contrato de prestación de servicios que estará regido por un contrato intermitente, para los temas contables (contador externo) y el control de calidad (ingeniero en industrias alimentarias). **El modelo de contrato se detalla en el anexo N° 07.**

2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas

La empresa Agrosnacks Export S.A.C. celebrará contratos para la constitución de la empresa, los contratos de trabajo, los de compra y venta, con los proveedores, de alquiler de local y de prestación de servicios.

Contrato de sociedad o acta constitutiva

Es un documento de constancia notarial donde se registrarán diferentes datos correspondientes a la formación de la sociedad, en el cual se detalla información sobre los integrantes de la sociedad, funciones de cada uno, firmas y demás información importante.

Contrato de trabajo

Este tipo de contrato se celebrará con cada uno de los trabajadores, donde se indicarán los beneficios y obligaciones que tendrán para con la empresa y sus labores.

Contrato de prestación de servicios

Mediante el contrato de prestación de servicios se dejarán claras las obligaciones y derechos para con el servicio de asesoría en temas contables.

Contrato de compra venta

La empresa Agrosnacks Export S.A.C al realizar una venta celebrará un contrato con el comprador donde se indique las cláusulas de la modalidad de venta.

Contrato con proveedores

Para el buen funcionamiento de la empresa, los proveedores son parte fundamental, por ello se debe tener una adecuada relación contractual con ellos. El contrato con proveedores debe tener información acerca del bien o servicio el cual nos provee, así como la responsabilidad de cada una de las partes que lo celebran. Es necesario llegar a un acuerdo y analizar los detalles que se podrían presentar en la relación como proveedores, así como también definir puntos importantes en cuanto a calidad, entrega, tiempo de entrega, presentación, etc.

Contrato de alquiler de local

Agrosnacks Export S.A.C. alquilará un local para llevar a cabo las operaciones, en el contrato se determinarán derechos y obligaciones tanto para la empresa como como para el arrendador.

Contratos de comisión

Este tipo de contrato será útil para la empresa si desea expandir su demanda ya que necesitará captar nuevos clientes recurriendo a un comisionista.

Contrato de confidencialidad

Este contrato permitirá que los propietarios de las empresas puedan proteger aquella información que comparten con sus trabajadores, en cuanto a procesos, operaciones, patente de marcas, etc. También se puede establecer hacia las personas ajenas de la empresa que prestan sus servicios.

3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1 Descripción del Producto

El presente plan de negocios tiene como finalidad llevar a cabo la exportación de snacks naturales elaborados a base de camotes a la región de Valparaíso en Chile. El principal insumo de este producto es el camote y para este proyecto se utilizará dos variedades de camote: amarillo y morado. El camote es un alimento energético, precursor de la vitamina A y una valiosa fuente de vitaminas B, C y E y contiene niveles moderados de hierro y zinc.



Figura 9: Presentación del Producto

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo RPP NOTICIAS, (2012) detalla que el camote amarillo es un alimento que aporta energía gracias a su almidón (alrededor de 25%). Tiene poca proteína (1,3%) y casi no tiene grasa. Por otro lado, el camote morado es rico en antocianinas, sustancia orgánica de gran capacidad antioxidante que, según estudios de la Universidad Estatal de Kansas, mencionado también por el Centro de Investigación de la Papa, previenen el cáncer de colon y el envejecimiento. El proceso productivo al que será sometido, no involucra el uso de preservantes ni colorantes que puedan ser dañinos para la salud.

Características del Producto:

- La presentación será en bolsa del tipo POUCH polipropileno y metalizado cuyo peso neto será 40 gr.
- Las dimensiones del producto será 2 cm de diámetro y de grueso 2 milímetros.
- Corte liso ovalado.
- El producto deberá ser conservado en lugar fresco, limpio y seco, su tiempo de duración es de 8 meses.

Cabe mencionar, que en el Perú se encuentra la mayor diversidad de variedades de camotes y es privilegiado en cuanto a su producción debido a que el agricultor peruano puede cultivarlo casi todos los días del año.

3.1.1 Clasificación Arancelaria

La clasificación arancelaria correspondiente al producto de snacks de camotes, es la siguiente:

Tabla 19: Clasificación arancelaria del producto de snacks de camotes en Perú y en Chile

En Perú (PAIS DE ORIGEN)	
Sección: IV	Producto de las Industrias alimentarias; bebidas, líquidos, alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco.
Capítulo: 20	Preparación de hortalizas, frutas u otros frutos demás partes de planta.
20.05	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar, excepto los productos de la partida no 20.06.
2005.99.90.00	Los demás
En Chile (PAÍS DE DESTINO)	
2005.99.90.00	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar, excepto los productos de la partida 20.06: Las demás hortalizas y las mezclas de hortalizas: Las demás

Fuente: Elaboración propia en base a la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT)

En la Tabla N° 19, se observa la sección, capítulo y código de la partida arancelaria a exportar, además se identificó la partida arancelaria de importación.

Tabla 20: Aranceles Aplicados del producto de snacks de camotes en destino

Régimen arancelario	Arancel aplicado (como reportado)	Arancel aplicado (convertido)	Arancel equivalente ad valorem total
Derechos MFN (Aplicados)	6.00%	6.00%	6.00%
Arancel Preferencial para Perú (APP.CE38)	0%	0%	0%
Arancel Preferencial para los países de la Alianza Pacífico	0%	0%	0%

Fuente: Elaboración propia en base a Market Access Map Improving transparency in international trade and market Access (MACMAP)

Tabla 21: Exportaciones de la partida 2005.99.90.00 por descripción comercial

Razón Social	Descripción Arancelaria	Descripción Comercial
ESPIGA INCA S.A.C.	Demás hortalizas preparadas o conservadas sin congelar	CAMOTE FRITO X 70GR
LLERENA MACHADO ROSA ANGELICA	Demás hortalizas preparadas o conservadas sin congelar	CAMOTE MORADO
INKA CROPS S.A.	Demás hortalizas preparadas o conservadas sin congelar	EXOTIC BLEND VEGGIE CHIPS PAPA, CAMOTE Y PLATANO OREGANO Y OLIVA BL
MLA SRL ESPIGA INCA FOOD S.A.C	Demás hortalizas preparadas o conservadas sin congelar	CAMOTE FRITO
INKA CROPS S.A.	Demás hortalizas preparadas o conservadas sin congelar	EXOTIC BLEND VEGGIE CHIPS IMAI PAPA, CAMOTE Y PLATANO INKA CHIPS
PROVOCADITOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	Demás hortalizas preparadas o conservadas sin congelar	CAMOTE FRITO EN HOJUELAS

VINNCI S.A.C.	Demas hortalizas preparadas o conservadas sin congelar	EXOTIC BLEND VEGGIE CHPS PAPA CAMOTE PLATANO 18 UNID 2 OZ Y 06 UNID 5 OZ (PAPA, CAMOTE).
---------------	--	---

Fuente: Elaboración propia en base a la información de ADEX.

Tabla 22: Benchmarking de la Competencia Directa en País de Destino

Razón Social	País	Vía de Transporte	Partida	Descripción Comercial	US\$ FOB	Cantidad
VILLA NATURA PERU S.A.C	CHILE	MARITIMO	2005999000	TOTTUS CAMOTE EN HOJUELAS BL X 150 G CAJA X 24 UND	4,375.80	5304

Fuente: Elaboración propia en base a la información de ADEX

Como podemos observar en la Tabla N°22, en el mercado de destino tenemos como competencia directa a una sola empresa denominada como VILLA NATURA S.A.C. Esta empresa ingresa al mercado con una sola presentación el cual es de 150 G.

3.1.2 Propuesta de Valor

El producto a comercializar en Chile son los snacks naturales elaborados a base de camotes, conformado por 2 variedades: camote amarillo y morado. Producto elaborado netamente con insumos peruanos, saludable y de calidad.

Para detallar la propuesta de valor se analizará el desarrollo de cada una de las actividades de la empresa, para ello se tomará como referencia la “Cadena de Valor” según Porter:



Figura 10: Cadena de Valor de Michael Porter

Fuente: Revista de la Empresa

Actividades Primarias

Tabla 23: Actividades Primarias de la empresa Agrosnacks Export S.A.C

LOGÍSTICA INTERNA
La empresa tendrá como proveedor principal a la empresa Agromania SAC, quien abastecerá de materia prima conforme a los requerimientos de la empresa. Dentro del área de Operaciones y Logística se contará con un auxiliar de almacén, quien se encargara de mantener un control adecuado de inventarios y ejecutar la recepción y almacenamiento de los productos terminados.
OPERACIONES
El producto se elaborará en la empresa Doña Isabel E.I.R.L, quien se encargará de brindarnos el servicio de producción y envasado. Terminado este proceso, se procederá a la entrega de los snacks de camote con presentación en bolsas de polipropileno impresas de 40 gr, en la cantidad y plazo que se estipulo previo contrato.
LOGÍSTICA EXTERNA
La empresa contará con un asistente de Operaciones y Logística con conocimientos en logística internacional, quien será la persona que se encargue de realizar las coordinaciones respectivas con el operador logístico hasta que el producto llegue a destino en buenas condiciones.

MARKETING Y VENTAS

La empresa busca resaltar la novedad del producto y dar a conocer los beneficios que posee. Para ello, se buscará “llamar la atención” del mercado Chileno y mostrar las bondades de este, por ser un producto novedoso en variedades de insumos 100% natural, libre de preservantes y con alto grado de valor nutricional. Se realizarán estrategias de promoción como la participación en ferias internacionales, página web, merchandising.

SERVICIOS

El asistente comercial brindará un servicio personalizado a los clientes a través de un correo corporativo que permita responder cualquier consulta o duda acerca del producto antes y después de la venta. Esto se realizará mediante una página web de fácil acceso, en el cual también se podrá encontrar información acerca de la empresa y en forma más detallada, del producto.

Fuente: Elaboración Propia

Actividades de apoyo

Tabla 24: Actividades de Apoyo de la empresa Agrosnacks Export S.A.C

INFRAESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN

Dentro de la organización de la empresa habrá cuatro áreas administrativas y dos ambientes externos, los cuales se detallan a continuación: Gerencia general, administración y finanzas, marketing y ventas y; logística y operaciones, área de carga y descarga de mercadería y almacén. Cada una de las áreas, contará con un ambiente adecuado de iluminación y espacio, equipos mobiliarios y material de escritorio, todo lo necesario para que permita realizar de manera eficiente las labores diarias.



RECURSOS HUMANOS

A pesar de que la empresa no cuenta con un área específica de recursos humanos, esta función será a cargo de Gerencia General; se busca mantener un ambiente agradable de trabajo con los colaboradores, cumpliendo con una remuneración justa y de acuerdo al régimen laboral vigente al cual se acoge la empresa. Se trabajará con incentivos como: entradas para cine, vales de consumo, entre otros.

LOGÍSTICA EXTERNA



La materia prima que se requiere son los camotes (compuesto por 2 variedades), se va a adquirir de la empresa Agromania S.A.C. que tiene sus instalaciones en Miraflores, 18, Av. Coronel Inclan Nro. 424 Int. 402, departamento de Lima. La maquila estará a cargo de la Empresa Doña Isabel E.I.R.L ubicada en Cal. Agua Dulce Mza. C Lote. 20 Zapallal, Puente Piedra, Lima. Como plan de contingencia, en caso de que alguno de nuestros proveedores no pueda cumplir el abastecimiento, la empresa contará con proveedores alternativos, los cuales se detalla a continuación:

Tabla 25: Proveedores de materia prima

	RAZÓN SOCIAL	RUC	UBICACIÓN	LOGO
MATERIA	Andean Crops S.A.C	20509643963	Cal. amat y juniet Nro. 502 int. 101 Urb. la virreyna Santiago de surco – Lima	
	Corporación Agrícola Viñasol S.A.C	20517247805	Av. 28 De Julio Nro. 465 Int. 103 Lima - Lima – Miraflores	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 26: Proveedores de Maquila

	RAZÓN SOCIAL	RUC	UBICACIÓN	LOGO
S. DE MAQUILA	Productos Alimenticios Carter S.A.	20378466866	Av. Nicolás de Piérola Nro. 419 Urb. Centro Poblado Santa Clara.	
	Art Pack Perú S.A.C.	20512906584	Av. Diego de Agüero 161 Ex Jirón Yungay San Miguel	

Fuente: Elaboración Propia

Cabe mencionar, que la empresa Agrosnacks Export S.A.C realizará una inspección y revisión final de la mercadería antes de ser transportada a nuestras oficinas para su

posterior almacenaje. Esta función será llevada a cabo por el especialista de calidad, quien además se encuentra a cargo de supervisar cada proceso en el cual garantice la calidad del producto.

Valor agregado

En base al análisis realizado durante el proceso de la cadena de valor, la empresa Agrosnacks Export S.A.C. presenta como valor agregado:

- **Calidad:**

Este aspecto es de suma importancia para la empresa y para el consumidor final, debido a ello se tomará en cuenta que cada fase de la elaboración del producto sea supervisado por el especialista de calidad, quien verificará la calidad del producto en cada etapa del proceso de elaboración garantizando así la inocuidad del producto final.

- **Diseño:**

El producto será presentado en una bolsa de polipropileno y metalizado cuyo peso neto será 40 gr. Se optó por ese diseño debido a que el producto va dirigido a un público joven de 18 a 25 años. Se determinó por elegir los colores amarillos y naranja para resaltar las bondades del producto y que sean atractivos hacia la vista del cliente. Cabe mencionar, que el envase es fácil y práctico de usar y llevar en cualquier momento.

- **Novedad:**

El producto es novedoso debido a que dentro de su contenido se busca ofrecer una variedad de insumos. En su interior, contiene 02 variedades de camotes los cuales son: amarillo y morado. Con ello, se busca ofrecer una variedad de sabores

al gusto del cliente. El producto es 100% natural, libre de preservantes ni colorantes.



Figura 11: Valor agregado del Producto

Fuente: Elaboración Propia

3.1.3 Ficha Técnica Comercial

Tabla 27: Ficha Técnica del Producto

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO					
	Snacks de Camote				
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Partida Arancelaria</th> <th>Descripción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>20.05.99.90.00</td> <td>Demás hortalizas preparadas o conservadas sin congelar</td> </tr> </tbody> </table>	Partida Arancelaria	Descripción	20.05.99.90.00	Demás hortalizas preparadas o conservadas sin congelar
	Partida Arancelaria	Descripción			
	20.05.99.90.00	Demás hortalizas preparadas o conservadas sin congelar			
INFORMACIÓN BÁSICA					
Descripción Comercial	Snacks de Camotes				
<p>Descripción: Producto de consumo directo, compuesto por dos variedades: camote amarillo y morado. Es un producto con alto valor nutricional, precursor de la vitamina A y una valiosa fuente de vitaminas B, C y E y contiene niveles moderados de hierro y zinc.</p>					

Propiedades del snacks de Camote: Posee cualidades antocianinas, previenen el cáncer al colon Y el envejecimiento.

Materia Prima: Camote amarillo y morado

Formas de Presentación: El producto se presentará dentro de bolsas polipropileno , que contiene la mezcla de hojuelas de camotes amarillos y morados que contienen 40 gramos.

Varietades: Las principales variedades de camote que desarrollan en Perú son la blanca, rosada, amarilla, anaranjada y morada.

Zonas de Producción: El camote se produce a lo largo de la costa peruana, sobre todo destacan los camotes que proceden de los valles de Barranca, Huacho, Huaral, Cañete , Lurín.

Usos: El camote es muy popular en el Perú y en muchos platos típicos reemplaza a la papa, siendo parte indispensable de la gastronomía peruana. Se prepara en forma de fritura y cocida.

Conservación y Vida útil: El producto deberá ser conservado en un lugar fresco seco. Su tiempo de vida útil es de 08 meses.

Principales Mercados: Estados Unidos, Ecuador, Corea del Sur, Italia, Japón, España, Chile.

Ventana Comercial:

ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Fuente: Elaboración Propia

3.2 Investigación del Mercado Objetivo

Para seleccionar el mercado objetivo, se realizó una búsqueda en portales web como SUNAT, TRADE MAP, SIICEX de donde se obtuvo información internacional de la partida 20.05.99.90.00

Tabla 28: Principales Importadores a nivel mundial de la partida 2005999000

(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	54.990	54.128	60.835	83.017	84.190

Estados Unidos de América	46.722	44.318	50.552	65.971	65.978
España	675	3.386	2.741	6.205	5.656
Argentina	1.304	1.136	642	1.128	2.977
Canadá	1.257	967	1.787	2.803	2.753
Panamá	24	390	609	887	1.565
Chile	808	1.244	1.312	1.324	1.335
Bélgica	1.433	1.085	1.402	1.263	1.316
Trinidad y Tobago	0	95	106	1.263	762
Australia	713	349	444	280	340
Francia	215	293	157	345	282

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

Como podemos observar en la Tabla N° 28, Estados Unidos es el país que registra mayor volumen en importaciones desde el año 2012, en los últimos años a partir del 2014 al 2016, se registra que sus niveles de importaciones vienen incrementando año a año.

También se observan países importadores como España, Argentina, Canadá y Bélgica; donde hay una gran demanda de importación para la partida. Esto significa que hay mercados atractivos con crecientes proyecciones para el producto. En el caso de Chile, si bien es cierto el monto importado es menor comparado con otros países, se puede deducir que en los últimos 5 años, se ha reflejado un aumento año a año en el monto importado, comparado con los otros países. Cabe mencionar también que Chile es un país con una economía estable y en crecimiento.

Tabla 29: Exportaciones peruanas a nivel mundial de la partida 2005999000

(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	54990	54128	60835	83017	84190

Estados Unidos de América	46722	44318	50552	65971	65878
España	675	3386	2741	6205	5656
Argentina	1304	1136	642	1128	2977
Canadá	1257	967	1787	2803	2753
Panamá	24	390	609	887	1565
Chile	808	1244	1312	1324	1335
Bélgica	1433	1085	1402	1263	1316
Trinidad y Tobago	0	95	106	1263	762
Australia	713	349	444	280	340
Francia	215	293	157	345	282

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

Se observa en la Tabla N° 29, en cuanto a las exportaciones peruanas para el mundo de la partida 2005.99.90.00, se puede deducir que destacan los países como Estados Unidos, España, Argentina, entre otros. En cuanto a las exportaciones hacia los otros países la demanda no es significativa, a diferencia de Chile, en este país se registra un incremento significativo en los últimos cinco años, siendo ello una oportunidad para poder dirigirnos con el plan de negocios de snacks naturales elaborados a base de camotes.

Tabla 30: Exportaciones peruanas del año 2016 para la partida 2005.99.90.00

País de Destino	Valor FOB(dólares)	Peso Neto(Kilos)	Peso Bruto(Kilos)	Porcentaje FOB
US - UNITED STATES	57,473,401.40	35,884,546.487	43,885,410.047	68.52
PR - PUERTO RICO	8,114,650.42	5,085,462.729	6,155,824.004	9.67
ES - SPAIN	5,657,421.08	2,954,431.476	4,625,717.491	6.74
AR - ARGENTINA	2,976,892.13	1,656,068.736	1,991,820.890	3.55
CA - CANADA	2,752,834.93	2,018,955.972	2,381,659.464	3.28
PA - PANAMA	1,565,195.21	997,139.141	1,172,052.837	1.87
CL - CHILE	1,346,542.37	819,473.093	1,011,070.543	1.61
BE - BELGIUM	1,316,056.81	810,978.030	1,232,678.308	1.57
TT - TRINIDAD AND TOBAGO	760,345.34	534,943.550	630,689.000	0.91
AU - AUSTRALIA	298,211.38	247,349.152	288,033.392	0.36
FR - FRANCE	281,838.68	156,994.850	266,129.243	0.34

NL – NETHERLANDS	218,280.21	113,229.203	134,506.720	0.26
JP – JAPAN	181,863.96	47,393.116	81,276.996	0.22

En la Tabla N° 30, gran parte de la producción nacional se destina a los países de Estados Unidos, seguido de Puerto Rico y España. Para analizar la macro segmentación se evaluarán tres posibles alternativas a los cuales es viable derivar el producto como mercado de destino, es por ello que para validar la información se tomará la data de SUNAT, TRADE MAP, VERITRADE, CIA, CESCE, SIICEX y MACMAP.

Como se mencionó anteriormente los países con los cuáles se hará el análisis serán: Estados Unidos, seguidamente de Panamá y por último se analizará el país de Chile.

Continuando con el análisis y con el fin de ir definiendo la selección del mercado objetivo, se mostrará información a detalle de datos importantes de cada país como son la población, inflación, crecimiento del PBI, demanda de la partida, entre otros.

Tabla 31: Criterios de selección de mercado – Detallado

Nº	CRITERIOS	EEUU	PANAMÁ	CHILE	FUENTE
1	Población 2016	323,995,528	3.705.246	17,650,114	CIA
2	Tasa de inflación 2016	1.3% (2016 est.)	1.3% (2016 est.)	4.1% (2016 est.)	CIA
3	Crecimiento del PIB	1.6% (2016 est.)	5.2% (2016 est.)	1.7% (2016 est.)	CIA
4	Demanda de la partida	57,473,401.40	1,565,195.21	1,346,542.37	TRADEMAP
5	Riesgo país (confianza)	Situación política: Muy estable Situación económica	Situación política: Estable Situación económica Interna:	Situación política: Muy estable Situación Económica Interna:	CESCE
		Interna: regular Situación económica Externa: desfavorable	favorable Situación económica Externa: regular	Favorable Situación económica Externa: favorable	
6	Barreras arancelarias Ad valoren	11.20%	10%	6%	MACMAP
7	Preferencias arancelarias	0%	0%	0%	MACMAP
8	Barreras no arancelarias	Alta exigencia	Baja exigencia	Baja exigencia	SIICEX
9	PIB 2016	\$18.56 billones	\$ 55,23 mil billones	\$ 436,1 mil millones	CIA
10	PIB per cápita, 2016	\$57,300	\$ 22,800	\$24,000	CIA
11	Idioma	Ingles	Español	Español	CIA
12	Tasa de desempleo 2016	4.7%	4.5%	7%	CIA
13	Número de usuarios de internet	239.58 millones	1.873 millones	11.256 millones	CIA
14	Nivel de competencia	Alta competencia	Baja competencia	Baja competencia	PROCHILE
15	Acuerdo comerciales	Acuerdo de Promoción Comercial PERÚ-EE.UU.	Tratado de Libre Comercio Perú-Panamá	Acuerdo de Libre Comercio entre Perú y Chile	SIICEX

Fuente: Elaboración propia en base a CIA, TRADE MAP, CESCE, MACMAP, SIICEX y PROCHILE

Como se detalla en la Tabla N° 31, para realizar la búsqueda de un mercado objetivo, ha sido importante recolectar data que proporcione información relevante, la base de datos ha sido determinada por fuentes como SUNAT, TRADEMAP, VERITRADE, CIA, CESCE, MACMAP y SIICEX, que para los fines de este estudio resultan de vital importancia.

En vista de la información detallada líneas arriba, se procede a realizar una ponderación objetiva con la finalidad de obtener el principal país de destino.

Tabla 32: Criterios de selección de mercado - Detallado (puntaje)

(Calificación: 1 muy malo – 5 muy bueno)

CRITERIOS	Nivel de importancia	EEUU	Puntaje	PANAMA	Puntaje	CHILE	Puntaje
Población 2016	5%	4	0.20	2	0.10	3	0.15
Tasa de inflación 2016	5%	2.5	0.13	2.5	0.13	1	0.05
Crecimiento del PIB per cápita	8%	2	0.16	3	0.24	2.5	0.20
Demanda de la partida	8%	3.5	0.28	3	0.24	2.8	0.22
Riesgo país (confianza)	6%	2.8	0.17	3	0.18	3.5	0.21
Barreras arancelarias Ad valoren	6%	2	0.12	3	0.18	4	0.24
Preferencias arancelarias	8%	4	0.32	4	0.32	4	0.32
Barreras no arancelarias	7%	2	0.14	3	0.21	3	0.21
PIB 2016	8%	3.5	0.28	2	0.16	3	0.24
PIB per cápita, PPA 2016	8%	4	0.32	2.8	0.22	3	0.24
Idioma	5%	2.5	0.13	3.5	0.17	3.5	0.18
Tasa de desempleo 2016	5%	2.7	0.14	3	0.15	2.3	0.12
Número de usuarios de internet	5%	3.8	0.18	3	0.15	3	0.15
Nivel de competencia	9%	2.5	0.23	3	0.27	3	0.27
Acuerdos Comerciales	7%	3	0.21	3	0.21	3	0.21
Total	100%		2.98		2.94		3.00

Fuente: Elaboración propia en base a CIA, TRADE MAP, CESCE, MACMAP, SIICEX y PROCHILE

De acuerdo al análisis realizado en la Tabla N° 32, en base a los diversos criterios para determinar el mercado de destino para la exportación de snacks naturales elaborados a base de camote de la empresa Agrosnacks Export S.A.C., se puede observar que si bien

Estados Unidos presenta mayor puntaje en criterios como demanda de la partida y tasa de inflación, estos aspectos podrían reflejar un ambiente que es mucho más favorable, pero se debe tomar en cuenta el momento político por el que está atravesando Estados Unidos tras el cambio de gobierno que hubo por lo que el nivel de incertidumbre es mayor con respecto a los otros dos países, en base a este análisis y ponderación se obtiene como resultado final que el macro mercado objetivo es el país de Chile con un puntaje de 3.00 que presenta sus mayores puntajes en criterios como: riesgo país, idioma y los puntos más importantes y determinantes como las barreras arancelarias y nivel de competencia, ya que en Chile no es mucha la competencia en la partida 2005999000 especialmente en la exportación de snacks de camotes, y a ello sumarle que las exportaciones bajo esta descripción comercial han venido incrementando año a año.

3.2.1 Segmentación del mercado objetivo

3.2.1.1 Segmentación de mercado objetivo macro

Información General

Según SIICEX, (2015) informa que la República de Chile es un país de América, ubicado en el extremo sudoeste de América del Sur que limita por el norte con Perú, al noroeste con Bolivia, al este con Argentina y al oeste con el Océano Pacífico. Chile ha asumido el liderazgo de Latinoamérica adquiriendo una imagen de estabilidad y democracia. Este país de 18 millones de habitantes, cuenta con índices de calidad de vida, crecimiento económico, desarrollo humano y PBI per cápita que están entre los más altos de Latinoamérica. El idioma oficial es el español y la moneda el peso chileno.

Ubicación geográfica	Sur de América del Sur, bordeando el Océano Pacífico, entre Argentina y Perú.
Capital	Santiago
Principales ciudades	Santiago, Concepción, Valparaíso, La Serena y Antofagasta.
Idioma oficial	Español

Figura 12: Información General de Chile

Fuente: Elaboración de World Factbook en base a Inteligencia Comercial.

Situación Económica

Según SANTANDER, (2017) menciona que la economía chilena ha conseguido mantenerse estable. Sin embargo, tras años de crecimiento sostenido, Chile sufre una fuerte ralentización económica desde 2015 por la caída del precio del cobre (Chile es el primer exportador de cobre del mundo).

Población ^a	17,650,114 Hab.
Crecimiento poblacional ^a	0.8%
Fuerza laboral ^a	8.77 millones hab.
Fuerza laboral por ocupación ^c	Agricultura: 13.2% Industria: 23% Servicios: 63.9%
Tasa de desempleo ^a	7.0%
PBI (USD) ^b	\$ 234.9 mil millones
Crecimiento PBI ^a	1.7%
PBI per cápita (USD) (PPP)^a	\$ 24,000
Composición del PBI por sector ^a	Agricultura: 4.0% Industria: 32.4% Servicios: 63.6%
Moneda oficial	Peso Chileno (CLP)
Tasa de cambio ^a	673.2 CLP/USD
Tasa de inflación anual ^a	4.1%
Inversión Bruta (%PBI) ^a	22%
Reservas de moneda internacional y oro (USD) ^a	\$ 36.79 miles de millones

Figura 13: Indicadores Socioeconómicos de Chile

Fuente: Elaboración de World Factbook en base a Inteligencia Comercial.

En 2016 la inflación se redujo ligeramente, pero la caída de los precios del cobre afectó profundamente al sector minero. Por otro lado, el gobierno está intentando limitar los gastos, aunque el gasto social es una de sus prioridades y lo sigue siendo en 2017.

A pesar de la desaceleración económica, la tasa de desempleo se redujo ligeramente en 2016 (7.0%). La pobreza sigue afectando a casi el 15% de la población, y las desigualdades son muy importantes. Los dos principales desafíos de la economía chilena

a largo plazo serán la reducción de las desigualdades salariales y la dependencia del país de las exportaciones de cobre.

Principales Sectores Económicos

De acuerdo a SANTANDER, (2017) detalla que la economía chilena está dominada por el sector industrial y los servicios, que juntos aportan más del 96% del PIB. Los principales sectores de actividad son la producción minera (cobre, carbón y nitrato).

Según SIICEX, (2015) menciona que en gran medida la minería aporta el 40% de los ingresos por exportaciones; y en 2014. Además, el sector agrícola representa 10,4% de la PEA de Chile; y este país tiene ingresos importantes por las exportaciones de productos agroindustriales como uvas, manzanas, arándanos, cerezas, vinos; además de productos pesqueros. Las manufacturas contribuyen con el 11,8% del PBI.

Nivel de Competitividad

Chile se ubica en la posición 41 entre 189 economías del ranking Doing Business, que mide la “Facilidad de hacer negocios”.

Tabla 33: Ranking Doing Business 2015

CRITERIOS	CHILE	COLOM.	PERÚ	ECUAD.	MÉXICO	VENEZ.	PANAMÁ
Facilidad de hacer negocios	41	34	35	115	39	182	52
Apertura de un negocio	59	84	89	165	67	182	38
Manejo permiso de construcción	62	61	87	59	108	152	63
Acceso a electricidad	49	92	86	120	116	155	29
Registro de propiedades	45	42	26	80	110	102	61
Obtención de crédito	71	2	12	89	12	104	17
Protección de los inversores	56	10	40	117	62	178	76
Pago de impuestos	29	146	57	138	105	188	166
Comercio transfronterizo	40	93	55	114	44	176	9
Comercio de contratos	64	168	100	88	59	79	84

Fuente: PROMPERU

Intercambio comercial Chile – Perú

El Acuerdo de Libre Comercio entre el Perú y Chile (ALC Perú-Chile) entró en vigencia a partir del 1 de marzo del 2009, constituyéndose en una ampliación del Acuerdo de Complementación Económica (ACE) N° 38, firmado en 1998, firmado en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Ambos acuerdos disponen la eliminación de los derechos aduaneros y cargas equivalentes de carácter fiscal, monetario, cambiario o de cualquier otra naturaleza, para la formación de una Zona de Libre Comercio entre Perú y Chile.

Gracias al Acuerdo de Libre Comercio Perú-Chile (ALC Perú-Chile), la totalidad de las exportaciones peruanas ingresan al mercado chileno libres de aranceles desde el año 2013. Por otro lado, el Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico entre Perú, Chile, Colombia y México entró en vigor en julio del 2015, liberalizando el 92% del comercio entre los 4 países en el corto plazo y el 8% restante en los próximos años.

Para que las exportaciones peruanas gocen de la liberación de aranceles o de los aranceles reducidos acordados en el ALC Perú-Chile, estas requieren de un Certificado de Origen emitido por una entidad certificadora autorizada por MINCETUR y con una validez de un año.

3.2.1.2 Segmentación de mercado objetivo micro

Habiéndose seleccionado a Chile como el país al cual se exportará los snacks de camotes, será necesario hacer una evaluación detallada sobre el mercado objetivo micro, para eso se analizarán las ciudades más importantes de Chile y el número de habitantes.

Tabla 34: Principales Ciudades y número de habitantes – Chile

CIUDADES	POBLACIÓN
Santiago	7.178.859
Valparaíso	1.695.504
Puente Alto	824.579
Antofagasta	528.361
Temuco	410.520

San Bernardo	320.626
Viña del Mar	287.522
Rancagua	276.527
Arica	227.557

Fuente: Estadísticas de la ONU, 2015

Como se puede observar en la Tabla N° 34 dentro de las principales ciudades de Chile se encuentra su capital Santiago de Chile, el cual posee la mayor población con respecto a las demás, con un total de 7,178,859.00 millones de habitantes seguido muy de lejos por Puente Alto con un total de 824,579.00 habitantes.

Tabla 35: Importaciones de Chile de la partida 2005.99.90.00 por aduanas en dólares

ADUANAS	US FOB TOTAL				
	2012	2013	2014	2015	2016
SAN ANTONIO	469,705.94	1,325,690.91	1,386,421.14	1,965,049.89	2,344,097.25
VALPARAISO	709,167.27	1,238,961.13	2,038,580.24	1,053,429.31	1,397,027.36
LOS ANDES	13,959.95	7,826.55	62,736.36	9,887.71	20,963.77
METROPOLITANA	29,016.45	7,891.19	2,267.52	5,578.44	7,346.75
ARICA	1,105.00	22,923.06	4,779.78	19,723.00	
TALCAHUANO		24,719.21	2,355.89	3,434.87	6,585.04
IQUIQUE			3,304.67		79.45
PUNTA ARENAS	0.70				
TOTAL GENERAL	1,222,955.31	2,628,012.05	3,500,445.60	3,057,103.22	3,776,099.62

Fuente: Elaboración Propia en base a la información de Veritrade

Se puede deducir de la Tabla N° 35 que las ciudades que importan mayor volumen en valor FOB de la partida 20.05.99.90.00 son las ciudades de San Antonio y Valparaíso, cada una respectivamente \$ 7, 490,965.13 y \$ 6, 437,165.31. Por otro lado, podemos observar que en base al monto general las importaciones han venido incrementando, a excepción del año 2015 que hay un pequeño decrecimiento en comparación del año anterior pero se recupera en el 2016 obteniendo el mayor volumen de los últimos 5 años, el cual es de \$ 3, 776, 099.

Tabla 36: Importaciones de la partida 2005.99.90.00 en kilogramos

ADUANAS	SUMA EN KILOGRAMOS				
	2012	2013	2014	2015	2016
SAN ANTONIO	146,621.0	427,441.85	504,893.86	966,491.96	1,438,401.25
VALPARAISO	341,392.8	1,238,961.00	1,141,102.14	1,150,527.80	1,170,253.79
LOS ANDES	4,693.7	1,705.36	73,137.30	1,846.55	4,719.31
ARICA	1,300.0	23,200.00	7,900.00	22,080.00	
METROPOLITANA	6,453.83	1,605.27	475.96	1,762.29	3,497.46
TALCAHUANO		3,440.20	1,514.03	2,015.00	4,000.00
IQUIQUE			3,198.50		51.61
PUNTA ARENAS	0.43				
TOTAL GENERAL	500,461.76	1,696,353.68	1,732,221.79	2,144,723.60	2,620,923.42

Fuente: Elaboración Propia en base a la información de Veritrade

Según se visualiza en la Tabla N° 36, existen tres posibles ciudades a las cuales por su nivel de importación y número de habitantes se podría dirigir el producto puesto que si se toma en cuenta estas variables resulta menos complejo hallar un mercado con posibilidades mayores de aceptación y demanda.

A continuación, se muestra una tabla con información relevante de las tres regiones chilenas seleccionadas: Valparaíso, Arica y Metropolitana

Tabla 37: Selección de regiones para la exportación de snacks naturales de camote

INDICADORES	REGIÓN VALPARAÍSO	REGIÓN ARICA	REGIÓN METROPOLITANA
Población	1,695,504	227,557	7,178,589
Edades (18-25 años H & M)	281,104	39,215	1,158,150
Demanda por regiones	14,043,505	48,531	52,100
PBI (millones pesos)	11,958	1,046	61,651
Ingreso Per cápita	17,531	9,402	24,559

Fuente: Elaboración propia en base a Banco Central de Chile, INE Chile, ADEX Data Trade

Podemos observar en la Tabla N° 37, que se detallan los principales datos socio-económicos de las regiones Valparaíso, Arica y Metropolitana. La mejor población y PBI Per cápita lo tiene la región Metropolitana-Santiago de Chile, también tiene valores altos especialmente el ingreso per cápita que es un dato relevante para la selección.

Para tomar una buena decisión en base al análisis de la tabla anterior, se procederá a realizar una ponderación entre las regiones y se seleccionará la región que será el micro mercado objetivo.

Tabla 38: Criterios de selección de mercado objetivo

Calificación: 1 muy malo – 5 muy bueno

INDICADORES	NIVEL DE IMPORT.	Región Valparaíso	PUNTAJE	Región Arica	PUNTAJE	Región Metropolitana	PUNTAJE
Población	15%	3	0.45	2	0.30	4	0.60
Edades (18-25 años H & M)	20%	3	0.60	2	0.40	4	0.80
Demanda por regiones	25%	4.3	1.08	1	0.25	2	0.50
PBI (millones pesos)	20%	2.5	0.50	1	0.20	3	0.60
Ingreso Per cápita	20%	2.5	0.50	1	0.20	3	0.60
TOTAL	100%		3.13		1.35		3.10

Fuente: Elaboración propia en base a Banco Central de Chile, INE Chile, ADEX Data Trade.

Después de haber realizado la ponderación, se observa en la Tabla N° 38, el mayor puntaje lo obtiene la región Valparaíso en comparación con la región Metropolitana y Arica. El criterio que destaca notablemente es la demanda en crecimiento de la partida 2005.99.90.00. Ello nos permite que el negocio de la exportación de snacks naturales elaborados a base de camotes pueda ser altamente aceptado y presentar mayores posibilidades de inserción en el mercado.

Por ende, el mercado elegido es la región de Valparaíso.

- **Antecedentes**

Según SUBDERE, (2017) menciona que la Región de Valparaíso se encuentra ubicada en la zona central de Chile, al norte limita con la Región de Coquimbo, al sudeste con la Región Metropolitana y en su extremo sur con la Región del Libertador General Bernardo O’Higgins. La capital de la región es Valparaíso. La región de Valparaíso está dividida administrativamente en 8 provincias y 38 comunas. La última provincia creada fue la de Marga Marga, el año 2009.

Tabla 39: Provincias de la Región Valparaíso

V REGIÓN - DE VALPARAISO			
DIVISIÓN POLÍTICA ADMINISTRATIVA			
REGIÓN	CAPITAL REGIONAL	PROVINCIA	CAPITAL PROVINCIA
de Valparaíso	Valparaíso	Petorca	La Ligua
		San Felipe de Aconcagua	San Felipe
		Quillota	Quillota
		Los Andes	Los Andes
		Valparaíso	Valparaíso
		San Antonio	San Antonio
		Isla de Pascua	Hanga Roa
		Marga Marga	Quilpué

Fuente: Elaboración Propia en base a la información de mapa-región-de-Valparaíso

- **Población**

Según INE, (2017), la estimación del censo chileno para el 2016, este país cuenta con una población de 17, 650,114 de habitantes, y la región de Valparaíso con un aproximado de 1, 695,504 habitantes.

- **Economía**

El principal recurso minero de la región corresponde al cobre, representado por el yacimiento subterráneo y a rajo abierto Andina, división perteneciente a la estatal Codelco, ubicado en la comuna de Los Andes.

- **Clima**

Tanto el océano Pacífico, en general, como la corriente de Humboldt, en particular, condicionan en gran medida la conducta de los elementos climáticos de la región. En la Región de Valparaíso se distinguen tres tipos de climas: un clima seco de estepa en la Región de Coquimbo y dos climas templados que se diferencian entre sí por las características de la nubosidad y la duración del período seco.

- **Infraestructura de Puertos**

Actualmente, Valparaíso es el principal puerto de contenedores y pasajeros de Chile y uno con los de mayor actividad de Sudamérica. Anualmente transfiere más de 10 millones de toneladas de carga general y por sus terminales pasan sobre el 30% de todo el comercio exterior del país.

Prosiguiendo con el análisis del mercado objetivo, en la siguiente tabla se mostrarán datos importantes como el porcentaje poblacional que representa Valparaíso en relación a todo el país, así como el porcentaje de público objetivo que reside en la ciudad, la demanda, la producción nacional entre otros.

Tabla 40: Medición de mercado objetivo

DESCRIPCIÓN	2016
Población de Chile	17,650,114
% poblacional	9.61%
Región Valparaíso	1,695,504
% Población de edades de 18 a 25 años	16.58%
Mercado disponible de 18-25 años (n)	281,104
Consumo per cápita anual (Kg)	2
Demanda potencial (Q)	562,208.00
Importación (Kg)	775,656.00
% Importaciones de snacks (Según Veritrade)	45%
Importaciones de snacks (Según Veritrade) (Kg)	349,045.20
Exportación	8,008,653
% Exportaciones de snacks (Según Veritrade)	3%

Exportaciones de snacks (Según Veritrade) (Kg)	240,259.59
Demanda Insatisfecha (Kg)	670,994
Cuota de mercado %	1.55%
Cantidad a exportar	10,368

Fuente: Elaboración Propia en base a la información del Ine Chile, Pro Chile y Veritrade.

Como podemos ver en la Tabla N° 40, si bien es cierto la población de la Región de Valparaíso representa cerca al 10% del total de la población Chilena, el cual no significa que no sea favorable sino que existe una demanda por cubrir, además el 16.58% de esta población son personas entre los 18 y 25 años de edad en los cuales estaría enfocado el público objetivo. Para fines de la investigación del mercado, es importante tener mayor información sobre la demanda potencial del mercado ya que esta permitirá elaborar las estrategias para acceder al mismo.

De acuerdo a la información recaudada en la tabla, se procede con el armado de la estructura de la demanda:

$$Q = n * q$$

Donde:

Q: demanda potencial del mercado

n: mercado disponible

q: consumo per cápita

Determinaremos la demanda potencial del mercado a través de los datos obtenidos en la Tabla N° 40 y con la fórmula se puede completar la información de la demanda potencial del mercado.

Tabla 41: Demanda total del producto

DEMANDA TOTAL DEL PRODUCTO	
n	281,104
q	2
Q	562,208.00

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que “q” es la cantidad en kg de snacks consumida anualmente por persona, es decir que cada persona consume 2 Kg de snacks por año y que la demanda potencial del mercado es de 562,208.00 kg.

En la siguiente tabla se muestra información específica del micro mercado objetivo que es la Región de Valparaíso

Tabla 42: Demanda potencial de snacks en la Región de Valparaíso

DEMANDA TOTAL DEL PRODUCTO	
Demanda potencial (Q)	562,208.00
Importaciones de snacks 45% (Según Veritrade)	349,045.20
Exportaciones de snacks 3% (Según Veritrade)	240,259.59
Demanda Insatisfecha	670,994
Cuota de mercado %	1.55%
Cantidad a exportar	10,368

Fuente: Elaboración propia en base a INE CHILE, Veritrade

Como se detalla en la Tabla N° 42, para determinar la demanda insatisfecha a la demanda potencial se le agregó la producción nacional de snacks en Chile (la importación), y se le restó la exportación, obteniendo como resultado la demanda insatisfecha de 10,368 Kg.

Según la información de Veritrade la cuota del mercado estimada para el 2018 será de 1.55% que representa una cantidad de 10,368 Kg que es la cantidad que la empresa Agrosnacks Export S.A.C. va a exportar durante el primer año.

3.2.2 Tendencias de Consumo

Según SIICEX, (2016) menciona que en la última década el ingreso promedio de los chilenos se duplicó, la esperanza de vida ha aumentado, y tecnologías como internet y el celular pasaron a formar parte de la vida diaria, lo que ha permitido disparar el consumo. Malls y stripcenters se han convertido en los lugares favoritos para realizar compras.

El consumo del camote y hortalizas frescas o procesadas, ha aumentado de manera sostenida los últimos años. Esto ha traído como consecuencia cambios en los hábitos de consumo de la población en general, sobresaliendo aquellos productos con menos contenido de carbohidratos y grasas; y mayor contenido de fibra, vitaminas y antioxidantes.

Según EUROMONITOR, (2016) detalla que En Chile, las galletas dulces, snacks y bocadillos experimentaron un crecimiento constante del 4% en 2016. Durante el período de revisión, hubo una gran innovación en nuevos productos y nuevas variedades de valor agregado, mejoradas por un entorno económico sano. Los productos de valor añadido frente a los precios asequibles siguieron siendo el principal factor de éxito en el crecimiento de las galletas y snacks en la mayoría de los grupos de consumidores.

En 2015 y 2016, la salud y el bienestar y la proteína añadida fueron las principales tendencias que impulsan el crecimiento de los snacks, mientras que los fabricantes invirtieron fuertemente en sabor para hacer productos más atractivos para los consumidores y más que una alternativa más saludable o ligera.

Supermercados fue el principal canal de distribución de galletas dulces, snacks y bocadillos en Chile con una participación de valor del 30% en 2016. Junto con los hipermercados, que tenían una participación de 26% en valor, pudieron ofrecer una variedad más amplia de productos, especialmente las marcas premium importadas y los productos que apoyan la tendencia de salud y bienestar y que no están disponibles en la mayoría de los pequeños almacenes independientes. El segundo canal de distribución principal es una pequeña tienda de comestibles independiente con una cuota de valor del 27%.

Perfil del consumidor chileno

Según Santander, (2017) el gran mercado en expansión y el crecimiento chileno ha implicado una expansión en la demanda de consumidores, durante los últimos años la mejora de las condiciones de vida ha convertido al público Chileno en un muy exigente mercado que aunque sigue viendo el precio como un importante criterio a la hora de

evaluar sus compras ahora toma en cuenta otros puntos como la calidad, la durabilidad, el servicio al cliente y la disponibilidad del bien o servicio.

Consumo de snacks en Chile

De acuerdo con la investigación de la empresa de estudios de mercado Euromonitor Internacional, la tendencia es que la compra de calorías siga en aumento y se espera que en el mercado Chileno cada persona consuma 125 calorías más al día en 2019.

Los chilenos, en la actualidad, son más exigentes y conscientes que antes, y aspiran a tener una mejor calidad de vida, por lo que prefieren un consumo basado en alimentos bajos en azúcar, bajos en sodio, bajos en grasa y 100% naturales, entre otros. De hecho, el 76% de los chilenos manifiesta preocupación por saber todo lo que incluyen sus comidas, según el estudio global sobre salud y percepción de ingredientes de Nielsen.



Figura 14: Estudio global sobre salud y percepción de ingredientes

Fuente: Economía y Negocios Universidad de Chile

3.3 Análisis de la Oferta y la Demanda

3.3.1 Análisis de la oferta

Para un mayor análisis de la oferta exportable del producto se revisará los mercados que exportan a nivel mundial. A continuación, se muestra una tabla que contiene información sobre los principales países exportadores de la partida 2005999000

Tabla 43: Principales países exportadores de la partida 2005.99.9000 a nivel mundial

(En miles de dólares americanos)

Exportadores	valor exportada en 2012	valor exportada en 2013	valor exportada en 2014	valor exportada en 2015	valor exportada en 2016
Mundo	2801481	3199515	3387161	3238773	3377685
China	845273	1102460	1218672	1259249	1349915
Perú	212452	187757	194309	212232	230087
Países Bajos	141679	160474	175672	170637	168578
España	161688	156871	166197	158833	168426
Francia	232512	246312	242975	174505	147039
Italia	129425	148098	140926	128080	141953
Bélgica	104388	111157	109264	94038	101683
Alemania	91041	99314	103862	95047	97249
Estados Unidos de América	72533	79404	97378	104952	93121
Corea, República de	112285	93126	88336	78979	85405
Turquía	70524	70911	75608	76763	73034

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

En la Tabla N° 43, se puede observar la oferta que tiene la partida a nivel mundial el cual muestra una demanda creciente. Países como: China, Perú y los Países bajos son los mayores comercializadores de la partida 2005999000.

Si observamos las exportaciones realizadas en base a los tres últimos años podemos determinar que se ha incrementado más que en otros años y esto se debe a la gran demanda y acogida que ha tenido esta partida.

A continuación, se muestra la tabla de principales países exportadores de la partida 2005999000 a toneladas.

Tabla 44: Principales países exportadores de la partida 2005.99.90.00 a nivel mundial

(En toneladas)

Exportadores	2012	2013	2014	2015	2016
	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas
Mundo	1646243	1714778	1769368	1829459	1873652
China	646411	635342	657558	692296	697122
Perú	92937	87291	93601	104177	112275
España	95294	94261	101259	115019	111993
Francia	117310	117105	114905	96613	87035
Países Bajos	59053	61660	65522	88849	81949
Bélgica	74793	73529	68775	67778	75206
Estados Unidos de América	49358	52731	62311	69834	64101
Italia	43271	55088	48389	54560	61836
Tailandia	56279	61471	53141	45917	48374
Emiratos Árabes Unidos	5638	7161	10259	9146	45124

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

En relación, con lo que se muestra en la Tabla N° 44 podemos deducir que los principales países exportadores de la partida 2005999000 son los países de China, Perú y España la cantidad de toneladas exportada en estos países ha ido en aumento consecutivamente en relación con años anteriores, lo mismo ha sucedido con países como Países bajos y Estados Unidos de América.

Oferta nacional Perú a nivel mundial

A continuación, se muestra las exportaciones peruanas de la partida 2005999000 hacia el mundo, destacando como principal y potencial comprador el país de Estados Unidos.

Tabla 45: Total de exportaciones peruanas de la partida 2005.99.90.00 a nivel mundial

(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	54990	54128	60835	83017	84190
Estados Unidos de América	46722	44318	50552	65971	65878
España	675	3386	2741	6205	5656
Argentina	1304	1136	642	1128	2977
Canadá	1257	967	1787	2803	2753
Panamá	24	390	609	887	1565
Chile	808	1244	1312	1324	1335
Bélgica	1433	1085	1402	1263	1316
Trinidad y Tobago	0	95	106	1263	762
Australia	713	349	444	280	340
Francia	215	293	157	345	282

Fuente: Elaboración propia en Trade Map

Entre los principales destinos de exportación de Perú al mundo, tal y como se visualiza en la Tabla N° 45, destacan los países de Estado Unidos, España y Argentina. Asimismo, las exportaciones hacia Bélgica del año 2015 al 2016 recuperaron el nivel que tenía en el año 2014, además se puede ver que en cuanto a Chile y Panamá el valor exportable ha ido creciendo desde el año 2012 al 2016 muy por el contrario lo sucedido con Australia que inició mejor que Panamá en sus inicios, pero no ha podido mantener un crecimiento consecutivo más por el contrario su oferta exportable ha bajado considerablemente.

A continuación, se muestra la información de exportaciones peruanas de la partida 2005999000 en toneladas.

Tabla 46: Total de exportaciones peruanas de la partida 2005.99.90.00 a nivel mundial
(En toneladas)

	2012	2013	2014	2015	2016
Importadores	Cantidad exportada, Kilogramos	Cantidad exportada, Kilogramos	Cantidad exportada, Kilogramos	Cantidad exportada, Kilogramos	Cantidad exportada, Kilogramos
Mundo	35304159	35039460	39678236	50889387	52004054
Estados Unidos de América	29800895	29306505	33468697	41840712	41144990
España	487573	1686587	1488520	2288835	2953213
Canadá	975671	784487	1298416	1921130	2018956
Argentina	825226	675606	330327	613048	1656069
Panamá	18758	274840	384183	589036	997139
Chile	552965	819249	817961	802903	817251
Bélgica	781877	508936	726632	748223	810978
Trinidad y Tobago	0	73777	73440	853052	534944
Australia	498028	241889	294044	190171	247349

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

En relación, a la Tabla N°46 se puede observar que Estados Unidos de América, España y Canadá, siguen siendo los principales mercados de destino, en el periodo del 2012 al 2016, expresado en cantidades – toneladas.

Para llevar a cabo un mejor análisis, se procederá a detallar cuáles son las empresas peruanas dedicada a la comercialización de productos incluidos en la partida 2005999000. En la tabla que se presenta a continuación se brindará mayor detalle al respecto.

Tabla 47: Empresas peruanas que comercializan la partida 2005.99.90.00

Razón Social	Valor FOB	Participación
GANDULES INC SAC	925,083	69%
BAUMANN CROSBY SOCIEDAD ANONIMA	139,581	10%
INKA CROPS S.A.	138,975	10%
SOCIEDAD AGRICOLA VIRU S.A.	69,658	5%
RECURSOS INTEGRADOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - RECURSOS INTEGRADOS S.A.C.	23,603	2%
AGROINDUSTRIAS AIB S.A	22,695	2%
VILLA NATURA PERU S.A.C	15,585	1%
DANPER TRUJILLO S.A.C.	11,241	1%
LOS CUYES S.A.C.	121	0%
TOTAL GENERAL	1,346,542.37	100%

Fuente: Elaboración propia en base a SIICEX

Como se puede observar en la Tabla N°47, encontramos las empresas peruanas que exportan la partida 2005999000, las empresas que tienen mayor participación son dirigidas a los mercados de Estados Unidos, China y España.

Producción Nacional del Camote

A continuación, se detalla el costo del precio en Chacra por el tubérculo de la materia prima del camote:

CAMOTE-PRECIO EN CHACRA (S./Kg)

PRECIO EN CHACRA (S./Kg)			
Años	ANCASH	ICA	LIMA
2012	0.74	0.74	0.79
2013	0.76	0.49	0.56
2014	0.71	0.66	0.64
2015	0.76	0.48	0.52

Figura 15: Precio del Camote

Fuente: Series Históricas de Producción agrícola – Compendio Estadística (MINAGRI)

Asimismo, tenemos el histórico de la producción y cosecha del camote en los últimos cuatro años. Podemos ver que se aprecia que tanto la producción como la cosecha han aumentado en base a la creciente demanda.

CAMOTE-PRODUCCION (t)

PRODUCCION (t)			
Años	ANCASH	ICA	LIMA
2012	21816	20267	156552
2013	24640	20618	139012
2014	35903	20495	132058
2015	24117	24996	155209

CAMOTE-SUPERFICIE COSECHADA (ha)

SUPERFICIE COSECHADA (ha)			
Años	ANCASH	ICA	LIMA
2012	1209	899	7753
2013	1342	892	6510
2014	1761	864	6384
2015	1165	1080	7215

CAMOTE-RENDIMIENTO (kg/ha)

RENDIMIENTO (kg/ha)			
Años	ANCASH	ICA	LIMA
2012	18045	22544	20192
2013	18360	23107	21354
2014	20388	23734	20686
2015	20701	23144	21512

Figura 16: Producción, superficie cosechada y rendimiento del camote.

Fuente: Series Históricas de Producción agrícola – Compendio Estadística (MINAGRI)

3.3.2 Análisis de la Demanda

Se analizará la demanda histórica para luego realizar una proyección de la demanda en un horizonte de cinco años, es decir hasta el año 2022. La principal fuente de datos estadísticos consultada para obtener la demanda histórica fue en base a información de Trade Map.

Importaciones mundiales

El producto se encuentra dentro de la partida 2005999000, es por ello que a través de la fuente de Trade Map se visualiza al detalle la cantidad importada durante los últimos 5 años.

A continuación la Tabla N° 48, se presenta la información de países importadores de la partida 2005.99.90.00 en miles de dólares.

Tabla 48: Principales países importadores de la partida 2005.99.90.00

(En miles de dólares americanos)

Importadores	valor importada en 2012	valor importada en 2013	valor importada en 2014	valor importada en 2015	valor importada en 2016
Mundo	2562049	2638711	2772592	2676853	2792106
Estados Unidos de América	399516	395165	454051	489568	545695
Japón	411961	388245	357898	330151	344033
Alemania	282864	279368	289425	251529	258799
Francia	187979	191642	207132	174597	177549
Corea, República de	126659	134638	128525	146576	161166
Reino Unido	105977	116525	122029	116397	108085
Canadá	86087	87559	105449	114902	102213
Bélgica	93281	103738	96522	88804	101998
España	108501	100798	101675	88840	101226
Arabia Saudita	55761	54780	84213	99922	89019

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

Como se puede observar en la Tabla N° 48, Estados Unidos es el país que lidera en importaciones (desde el 2012 tiene un flujo creciente).

Por otro lado, para tener un mejor alcance de las importaciones y sus incrementos. A continuación, se muestra las importaciones en cantidad (toneladas).

Tabla 49: Principales países importadores de la partida 2005.99.90.00

(En toneladas)

Importadores	2012	2013	2014	2015		2016
	Cantidad Importada Toneladas	Cantidad Importada Toneladas	Cantidad Importada Toneladas	Cantidad Importada	Unid	Cantidad Importada Toneladas
Mundo	1563386	1663676	1657787	1719335	Toneladas	1789011
Corea, República de	232783	234389	231410	248200	Toneladas	283442
Estados Unidos de América	214604	207512	235292	259205	Toneladas	267048
Japón	181570	178698	173512	163162	Toneladas	164871
Alemania	137695	136275	138865	139233	Toneladas	143669
Francia	107878	109353	120971	120922	Toneladas	128122
Arabia Saudita	56382	56199	65801	82763	Toneladas	69121
Reino Unido	47366	49257	49969	53914	Toneladas	51330
Bélgica	45967	47983	41434	44098	Toneladas	48507
España	45904	45254	46733	43427	Toneladas	48178
Chile	970	1549	2357	2227	Toneladas	2895

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

En la Tabla N° 49, se observa que las importaciones de esta partida han sido lideradas por los países de Corea, Estados Unidos y Japón que son los que más importaron en

toneladas, A su vez, se puede observar que en el caso de los países de Francia y Reino Unido, la tendencia del 2012 al 2016, sólo en el caso de Reino Unido hubo una ligera disminución en el último año.

Específicamente si observamos la situación de nuestro mercado de destino en Chile, se desprende de la tabla que el valor importado ha ido en aumento, lo cual representa una buena oportunidad para la introducción del producto porque las cifras muestran una gran aceptación de los productos extranjeros.

Proyección de la demanda

Tabla 50: Demanda de la región Valparaíso del 2012 - 2016 de la partida 2005.99.9000

(En kilogramos)

Años	2012	2013	2014	2015	2016
Kilogramos	341,393	1,238,961	1,141,102	1,150,528	1,170,254

Fuente: Elaboración propia en base a Veritrade

Tabla 51: Métodos de mínimos cuadrados

X	X	Y	XY	X^2
2012	1	68,279	68,279	1
2013	2	247,792	495,584	4
2014	3	228,220	684,661	9
2015	4	230,106	920,422	16
2016	5	234,051	1,170,254	25
Total	15	1,008,448	3,339,201	55

Fuente: Elaboración propia

Fórmula de regresión lineal:

$$A = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} ; B = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

B =	31,385.780
A =	107,532.180

Fórmula para proyectar linealmente

$$Y = a + bx$$

Y = 31,385.780 + 107,532.180 * x X = años que se quiere proyectar

Proyección 2017=	295,847
Proyección 2018=	327,233
Proyección 2019=	358,618
Proyección 2020=	390,004
Proyección 2021=	421,390
Proyección 2022=	452,776

Tabla 52: Demanda proyectada del mercado
(En kilogramos)

2018	2019	2020	2021	2022
68279	247792	228220	230106	234051

Fuente: Elaboración propia

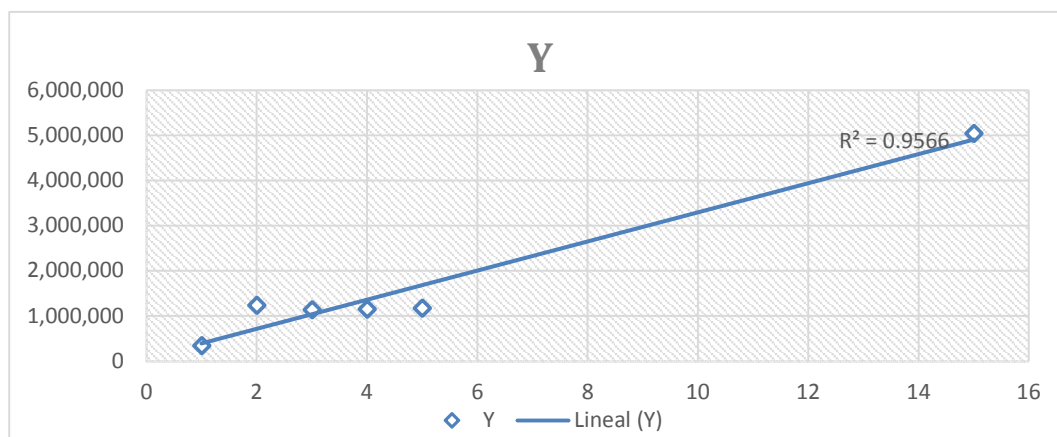


Figura 17: Proyección Lineal

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la Figura N° 17, $R^2 = 0.96$, el monto es mayor a 0.85 por consiguiente se acepta dicha regresión.

Tabla 53: Proyección de las exportaciones de la empresa

(En kilogramos)

Años	2018	2019	2020	2021	2022
Cantidades proyectadas kg	10,368	10,886	11,540	12,347	13,335

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar en la Tabla N° 53, que para el primer año la empresa va a exportar 10,368 kilogramos el cual representa una cuota de mercado del 1.55% del total de importaciones que Valparaíso realiza y la tendencia de crecimiento anual es de 5%,6%,7% y 8% respectivamente. La empresa Agrosnacks Export S.A.C aprovechando la alta demanda que existe en el mercado se colocará en un modo creciente conservador.

3.4 Estrategias de Ventas y Distribución

3.4.1 Estrategias de Segmentación

En cuanto a la segmentación se orientará el producto a hombres y mujeres, entre los 18 a 25 años, de clase media y alta de las familias chilenas de la región de Valparaíso

- **Geográficamente:** el producto snacks naturales elaborados a base de camotes estará dirigido al consumidor de la región de Valparaíso.
- **Demográficamente:** se buscará comercializar el producto a personas de clase media y alta, con poder adquisitivo.
- **Psicográficamente:** el cliente busca consumo de productos naturales con valor agregado, es decir valoran la procedencia y el valor nutricional.
- **Conductualmente:** Personas que consumen y compran en supermercados y tiendas cercanas a sus hogares, universidades, entre otros.

3.4.2 Estrategias de Posicionamiento

Es necesario establecer estrategias de posicionamiento debido a que nos encontramos en un mundo muy competitivo, existe variedad de productos en el mercado, así como también incursionan nuevas empresas que ofrecen productos que pueden convertirse en nuestros competidores.

Así como hay una demanda dinámica debido a la promoción que hacen las empresas por dar a conocer el producto, también hay una oferta creciente para satisfacer esta demanda, por lo que es necesario que la empresa defina estrategias de posicionamiento para poder conseguir mayor participación en el mercado y lograr una percepción mental que debe tener el cliente hacia las características del producto. A continuación, se detalla tres variables claves para el posicionamiento del producto:

- Estrategia basada en las características del producto, el cual se trata de snacks elaborados a base de camotes, es un insumo exquisito 100% natural, libre de preservantes ni saborizantes artificiales que permite tener un sabor y aroma único para deleite del consumidor.
- Estrategia basada en los beneficios que aporta el insumo principal del camote, este insumo tiene un alto valor nutricional sobre todo en Vitaminas A y una valiosa fuente de vitaminas B, C, E, y contiene grandes beneficios para la salud porque ayuda a prevenir el cáncer al colón y reduce el envejecimiento.
- Estrategia enfocada en la innovación del producto, porque en el mercado objetivo se desconoce el camote como un producto procesado, pero existe demanda; es por ello que la empresa busca ofrecer los snacks con una mezcla de variedades: camote amarillo y morado procesado y saborizado con un sabor delicioso para el deleite del consumidor.

3.4.3 Estrategias de Distribución

3.4.3.1 Ventas

La empresa Agrosnacks Export S.A.C. se regirá a través de políticas comerciales diseñadas por la gerencia general y el área de ventas, las cuales son:

- Ofrecer productos novedosos y de calidad que destaque su valor nutricional, para de esa manera atraer clientes potenciales (distribuidores).
- Ofrecer a los distribuidores las herramientas suficientes para incrementar las ventas, colocándoles una cuota por distribuidor y brindando incentivos por llegar a la cuota. Para ello, el distribuidor debe contar con información actualizada del avance de ventas y con las promociones necesarias para el efectivo desplazamiento de ventas.
- Trabajar en la promoción y la publicidad del producto, ya que ambas partes ganan, quien provee ese producto y quien lo vende, pues que el usuario final conoce la existencia del producto y puede interesarse por su consumo.
- Realizar una correcta homologación de proveedores, para poder brindar un servicio en cuestión de precios, disponibilidad, entre otros.

En la Figura N° 18, se presenta a la empresa, que comercializará a través de Distribuidor mayorista para poder llegar al consumidor final, como inicio de actividades comerciales.



Figura 18: Estrategia de distribución comercial

Fuente: Elaboración Propia

Al ser una empresa

nueva en el medio para iniciar se contactará con un distribuidor que ya tenga la experiencia y el conocimiento de las características del mercado para acceder a los intermediarios como supermercados, tiendas cercanas a Universidades, pequeñas bodegas y así llegar a los consumidores finales, el proceso que seguiría sería de la siguiente manera:

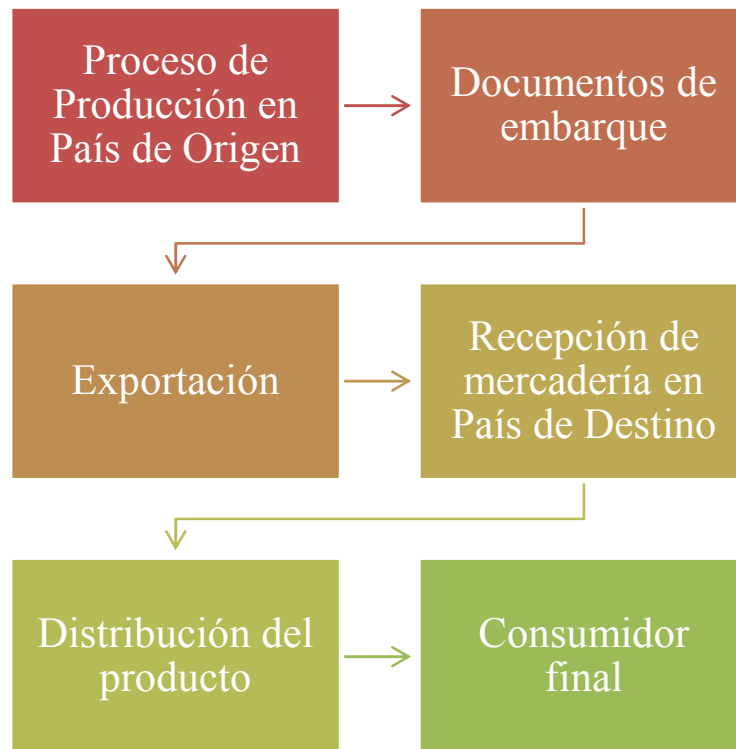


Figura 19: Distribución física de la empresa Agrosnacks Export S.A.C

Fuente: Elaboración Propia



Las estrategias de distribución mediante un canal indirecto, son las siguientes:

- Contar con intermediarios que serán los distribuidores de los snacks naturales elaborados a base de camotes a la Región de Valparaíso.

- Contar con distribuidores que tengan experiencia en el mercado en el rubro de consumo masivo que distribuya snacks.
- Entrelazar los beneficios de la empresa con los del distribuidor con la finalidad que la retroalimentación permita conocer nuevas opciones en cuanto a precios, promoción, publicidad, ventas, etc.

A continuación, se detalla dos posibles distribuidores con el cual trabajará la empresa Agrosnacks Export S.A.C., las cuales son:

Tabla 54: Lista de distribuidores de snacks en la Región de Valparaíso, Chile

NOMBRES DE DISTRIBUIDORES	DIRECCIÓN	TELÉFONO	LOGO
Distribuidora Trendy	Calle Simón Bolívar N° 342 Cerro Esperanza en Valparaíso, Chile. Zonas: Toda la Región Metropolitana y Valparaíso	(600) 898-5300	
Distribuidora DAS	Viña del Mar, Región de Valparaíso, Chile	(32) 279-0001	

Fuente: Elaboración Propia en base a investigación de Distribuidores en mercado de Destino.

Como se observa en la Tabla N°54, la empresa trabajará con estas dos distribuidoras para llegar a distribuir el producto de snacks naturales elaborados de camotes en la Región de Valparaíso.

3.5 Estrategias de Promoción

La empresa Agrosnacks Export S.A.C. dará a conocer el producto como novedoso, saludable y de calidad por lo que se resaltarán las cualidades y beneficios que traen consigo su consumo, participando en diferentes ferias realizadas por Promperu u otras entidades.

- **Asistencia a ferias:**

Las ferias internacionales son consideradas un medio de comunicación importante. La empresa buscará información acerca de ferias de alimentos, la antigüedad con las que se

vienen desarrollando, su reconocimiento en el sector, la periodicidad y sobre todo la capacidad de convocatoria que tiene, ya que ahí se demandarán y ofertarán productos.

Beneficios de participar en ferias

- Promocionar sus productos y servicios
- Contactar compradores y proveedores
- Conocer los productos de las empresas competidoras
- Conocer las tendencias del mercado, nuevos canales de distribución, segmentos del mercado, entre otros

Además, las personas que concurren a estos eventos permiten establecer un contacto directo con los potenciales importadores y estrechar vínculos con los clientes, agentes, distribuidores, mayoristas, etc.,

Es por ello, que se ha llevado a cabo una búsqueda de ferias en las cuales participara la empresa Agrosnacks Export S.A.C para dar a conocer el producto de snacks de camotes.

Tabla N° 55: Principales ferias en Santiago de Chile

Feria		
	Feria SURMET	Expo Agro Azapa
Sectores	Alimentación, Gastronomía, Negocios.	Agrícola, Alimentación
Periodicidad	Anual	Anual
Alcance	Internacional	Nacional
Recinto	Sur Activo	Valle de Azapa
Fecha	Del jueves 01 al sábado 03 Febrero 2018	Del martes 13 al sábado 15 febrero 2018

Fuente: Elaboración Propia en base a la información de Calendario de NFerias, 2017

Tabla N° 56: Presupuesto de participación en la Feria SURMET

(01 persona)

DESCRIPCIÓN	TOTAL S/.	TOTAL CLP
Espacio en la feria (Stand)	7,500.00	1,443,010
Decoración del Stand	2,500.00	481,003
Pasaje aéreo	1,050.00	202,021
Hospedaje	1,000.00	192,401
Movilidad	350.00	67,340
Alimentación	500.00	96,201
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	3,500.00	673,405
Gasto de venta total	16,400.00	3,155,381


Fuente: Promperu, Adex, CCL. f

Como podemos observar en la Tabla N°56, la participación en Ferias en el mercado de Destino es costosa. Sin embargo, la empresa Agrosnacks Export S.A.C. deberá considerar que es fundamental invertir en la participación de la Feria ya que el marketing y publicidad que se podrá emplear es la razón de las posibles ventas que se pueda tener.

Principal feria alimentaria en Perú

Adicionalmente, se planea asistir a importantes ferias que si bien es cierto no están localizadas en Chile, pero son las más importantes en el mundo y asisten compradores de todo el mundo:

Tabla 57: Principal Feria Alimentaria en Perú

FERIA	DIRECCIÓN	FRECUENCIA	LOGO
Expoalimentaria 2017	LUGAR : Centro de Exposiciones Jockey	Anual	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 58: Presupuesto de participación en Feria Expoalimentaria

PRESUPUESTO GENERAL	
Espacio en la feria (Stand)	S/.8,000.00
Decoración del Stand	S/.5,000.00
Movilidad	S/.200.00
Alimentación	S/.150.00
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	S/.2,500.00
TOTAL	S/.15,850.00

Fuente: Elaboración Propia en base a información de MINAGRI-PROMPERU-ADEX

La FERIA EXPOALIMENTARIA es la feria internacional que congrega a más de 30,000 visitantes profesionales, entre productores, fabricantes de alimentos, importadores, exportadores, proveedores de servicios y maquinaria para la industria alimentaria. Asimismo, más de 600 empresas exhiben sus productos con lo último en tecnología del sector agrario y de agro exportación.

Es organizada por ADEX y co-organizada por el MINAGRI, MINCETUR, PROMPERÚ, PRODUCE y el Ministerio de Relaciones Exteriores.

- **Envío de muestras:**

Importancia del envío de muestras en las exportaciones

Los envíos de muestras serán para potenciales clientes, con el fin de dar a conocer el sabor y aroma del producto.

- **Visitas comerciales:**

Importancia de las visitas

Se realizarán visitas a los importadores y/o distribuidores del producto, para mejorar y fortalecer la relación de negocio, así como también coordinar temas relacionados a la

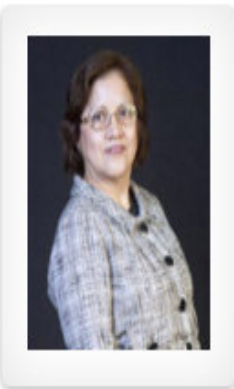
comercialización. Estas visitas se realizarán, en su mayoría, en el tiempo de estadía de participación en las ferias.

- **Agregados comerciales:**

Perú cuenta en la mayoría de los países con agregados comerciales que son quienes se encuentran bajo la responsabilidad del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), con la finalidad de apoyar comercialmente al exportador peruano.

A continuación, se detalla la información necesaria del Consejero Comercial de Perú en Chile:

Tabla 59: Oficina Comercial del Perú en Santiago de Chile

OFICINA ECONÓMICO COMERCIAL DEL PERÚ EN SANTIAGO DE CHILE	
	Sra. Silvia Lilian Elizabeth Seperack Gamboa
	Email: sseperack@mincetur.gob.pe
	Teléfono: 56 2-27063567 / 27063560 / 56-958-797748
	Anexo: (8) 4060
	Dirección: Avenida Los Militares 5001 - OF. 801 - Las Condes, Santiago de Chile
	Diferencia Horaria:
	Lima-Perú, PET,UTC -05HRS, Santiago de Chile - Chile, CLT,UTC - 04HRS

Fuente: Elaboración Propia.

- **Rueda de Negocios**

Las ruedas de negocio van de la mano con las ferias, sirven para conseguir clientes. Por lo general, es más económico que una feria debido a que no se gasta ni stand ni en merchandising y el contacto es directo con el cliente.

- **Uso de E-commerce:**

Hoy en día el uso del comercio electrónico es importante ya que se ha convertido en una herramienta con gran éxito para el mundo de los negocios gracias a la apertura y facilidad de acceso al Internet. Por ello, la empresa Agrosnacks Export S.A.C. considera importante crear una plataforma para brindar estas facilidades al consumidor final.

A continuación, se detallar la página web y el posicionamiento en Market Place:

- **Página Web:**

A través de la página web los clientes podrán visualizar nuestro producto, beneficios de su consumo y la información de la empresa (visión, misión, valores, etc.). La empresa Agrosnacks Export S.A.C mediante este medio virtual busca brindar al consumidor las facilidades de información para que pueda conocer más acerca del producto y el consumidor se familiarice con este.

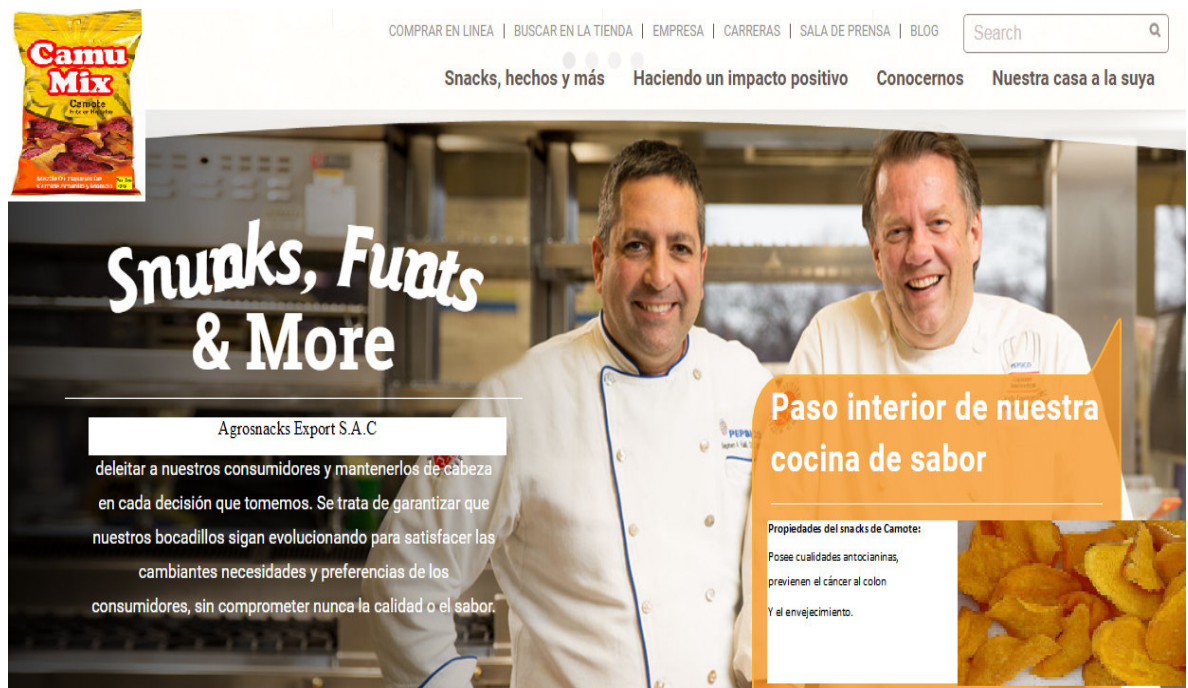


Figura 20: Página Web de la empresa Agrosnacks Export S.A.C

Fuente: Elaboración Propia.

- **Market place**

La empresa utilizará esta herramienta de Google AdWords para posicionarse en los primeros resultados de búsqueda al momento de realizar una consulta en el buscador Google. Permite también visualizar anuncios mediante el sitio web.

- **Google Adwords**

Es la forma publicitaria de Google, en donde se pueden crear anuncios de texto, gráficos o de video. Asimismo, se puede anunciar en cualquiera de estos sitios y buscadores, de forma rápida, sencilla y pagando solo por los clics obtenidos.

- **LinkedIn empresarial**

La empresa Agrosnacks Export S.A.C. abrirá un perfil empresarial, cuya finalidad es dar a conocer los detalles más importantes de la empresa y del producto, brindando información interesante a nuestros posibles clientes. A través de LinkedIn Empresarial los clientes podrán recomendar la empresa, informando sobre las experiencias que vivieron dentro de su proceso de compra.

4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

Según Promperú, (2013) menciona que la logística del comercio internacional comprende todas las actividades que se van a realizar para trasladar la mercancía desde un lugar en el país de origen hasta un determinado lugar en el país de destino. En ese sentido, participarán una serie de operadores logísticos o empresas que van a intervenir para brindar sus servicios a un exportador o importador, y de esta manera se realice el traslado de la mercancía.

4.1 Envases, empaques y embalajes

4.1.1 Envases

Los snacks naturales elaborados a base de camotes de la empresa Agrosnacks Export S.A.C. se presentarán en una bolsa de polipropileno y metalizado, el cual ofrecen ciertas propiedades que lo hacen ser una opción eficiente para el empaque debido a que son

resistentes a los golpes, roturas, perforaciones y también son resistentes al agua e impermeables al vapor de agua. La impresión del envase será flexográfica que son los que se utilizan para envases de alimentos.

Este tipo de envase es usado con frecuencia en la industria alimentaria de snacks.



Figura 21: Diseño del Envase del Producto

Fuente: Elaboración Propia.

Siguiendo con la descripción del envase, a continuación se muestra la tabla con las medidas del envase seleccionado para el producto de snacks:

Tabla 60: Medidas del Envase del Producto

Medidas del Envase	
Largo	12 cm.
Altura	15 cm.
Ancho	3 cm.
Peso neto por envase	40 Gr.

Fuente: Elaboración Propia en base a Vector Soluciones industriales.

Según se aprecia en la Tabla N° 60, las medidas del producto facilitarán su distribución durante el proceso de exportación. Como hemos mencionado el perfil del consumidor

chileno se ha vuelto muy exigente esto debido a que su calidad de vida ha mejorado en los últimos años. Por ello, esto hace que ahora no solo busque comida saludable, sino que busque envases y presentaciones que cumplan con normas de salubridad y menor impacto al medio ambiente.

4.1.2 Empaque

El envase del producto va dentro de cajas de cartón corrugado – caja máster. El cartón corrugado está formado por la unión de tres papeles, los cuales se denominan: el externo tapa o cara, el intermedio onda y el interno contratapa o contracara.

La caja master contendrá 40 unidades del producto, las medidas se encuentran a continuación:

Tabla 61: Medidas del empaque del producto

Detalle	Medidas
Largo	30 cm.
Ancho	25 cm.
Altura	30 cm.
Peso neto	1.60 kg.
Peso bruto	2.80 kg.

Fuente: Elaboración propia



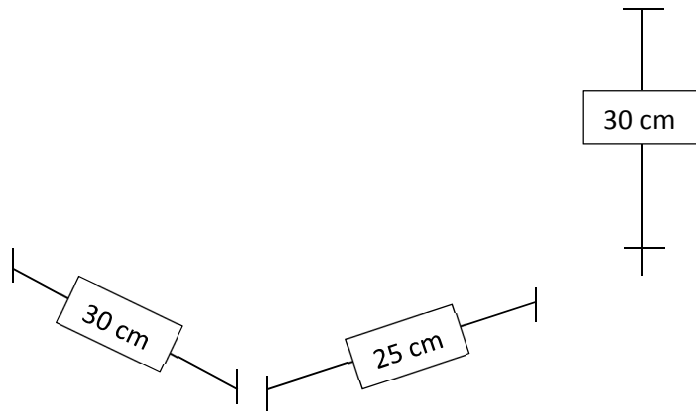


Figura 22: Medidas del Empaque del Producto

Fuente: Elaboración

Propia

4.1.3 Embalaje

Según ALADI, (2016) define que el embalaje es el acondicionamiento de la mercadería para proteger las características y la calidad de los productos que contiene, durante su manipuleo y transporte internacional.

Para lograr una mayor seguridad de los productos, se utilizarán pallets de madera de cuatro entradas y así facilitar el manipuleo de estos. La paleta será de tipo americana, por lo que sus medidas serán de 12.5 cm X 100 cm X 120 cm.

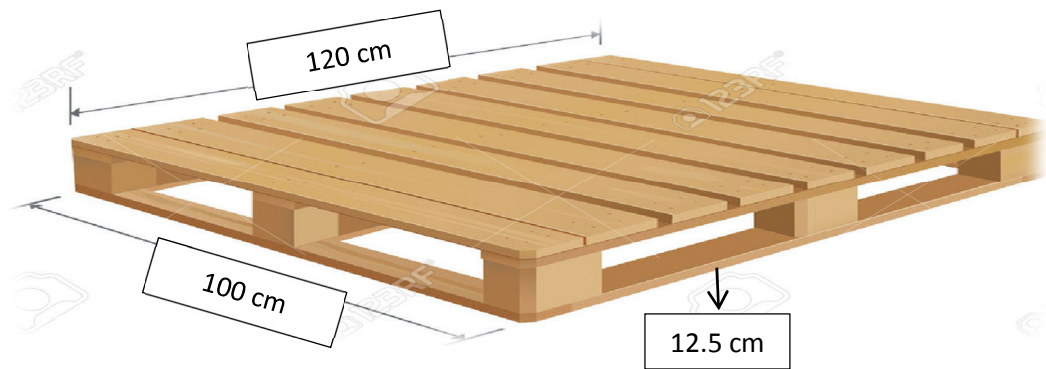


Figura 23: Medidas de la Paleta Americana

Fuente: Elaboración Propia

Según SENASA, (2015) menciona que las paletas deberán cumplir con la norma internacional para medidas fitosanitarias (NIMF N° 15).

La presente norma describe las medidas fitosanitarias para reducir el riesgo de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias relacionadas con el embalaje de madera (incluida la madera de estiba), fabricado de madera en bruto de coníferas y no coníferas, utilizado en el comercio internacional.

De acuerdo al Servicio Agrícola y Ganadero, (2015) detalla que esta norma fue elaborada por la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF) o International Plant Protection Convention (IPPC).

La madera en bruto se utiliza con frecuencia para el embalaje de madera. Puede ocurrir que dicha madera no sea sometida a suficiente procesamiento o tratamiento que elimine o mate las plagas, convirtiéndola en una vía para la introducción y dispersión de plagas. Además, el embalaje de madera es muy a menudo reutilizado, reparado o refabricado (de tal forma que el embalaje recibido con un envío importado puede ser reutilizado para acompañar otro envío de exportación) con lo cual, resulta difícil determinar el verdadero origen de cualquier parte del embalaje de madera, y por consiguiente, no puede determinarse su estatus fitosanitario.

En Perú todos los embalajes de madera deberán tener el sello que certifique haber recibido el tratamiento térmico o fumigación contra plagas mediante bromuro de metilo. Este sello es otorgado por SENASA mediante el cumplimiento de la Norma Internacional para Medidas Fitosanitarias - NIMF 15.

De tal manera, la empresa Agrosnacks Export comprará paletas que cumplen con la norma NIMF15, debidamente acreditadas por la marca correspondiente y el certificado fitosanitario correspondiente.

A continuación, se muestra la distribución de las cajas corrugadas en el pallet, teniendo cinco (5) cajas como apilamiento máximo por pallet.

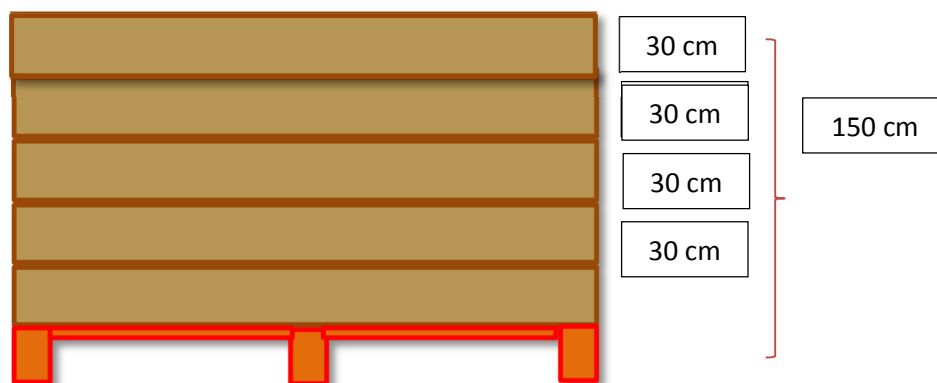


Figura 24: Vista Frontal del Pallet

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la Figura N° 24, las cajas serán apiladas en un total de 5 filas si se toma en consideración que serán bases de 4 x 4 cajas, se obtiene como resultado dieciséis (16) cajas por cada fila dando un total de 80 cajas por pallet.

Posteriormente, después de haber apilado todas las cajas en la paleta se utilizará el plástico de paletizar o “Stretch Film” que es un producto extensible y con un buen grado de transparencia que cumple con la finalidad de agrupar e inmovilizar las cajas en la paleta; siendo la forma más rentable y efectiva para lograr que la mercadería llegue en buenas condiciones al mercado de destino.



4.2 Diseño del Rotulado y marcado

4.2.1 Diseño del Rotulado

Según SENASA, (2016) menciona que “Rotulación es toda inscripción, leyenda, imagen o toda materia descriptiva o gráfica que se halle escrita, impresa, estarcida, marcada en relieve o grabado o adherida al un alimento”. **Figura 25:** Paletización con Stretch Film hueco envase de **Fuente:** Google imágenes

De acuerdo al Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior, (2016) menciona que la nueva ley menciona que los alimentos envasados comercializados en Chile deberán contener un rótulo que advierta a los usuarios sobre los altos niveles de azúcares, calorías, sodio y grasas saturadas, conocidos como “nutrientes críticos” por cada 100 gramos comestibles.

El contenido máximo de energía, sodio, azúcares totales y grasas saturadas será más riguroso de manera progresiva, conforme a lo detallado en el siguiente cuadro:

Tabla 62: Contenido máximo de energía para alimentos sólidos.

Energía o Nutriente	A la fecha de entrada en vigencia	24 meses después de entrada en vigencia	36 meses después de Entrada en vigencia
Energía kcal/100 g	350	300	275
Sodio mg/100 g	800	500	400
Azúcares Totales g/ 100 g	22,5	15	10
Grasas Saturadas g/ 100 g	6	5	4

Fuente: SIICEX

Los alimentos que, por unidad de peso o volumen, o por porción de consumo, presenten en su composición nutricional elevados contenidos de calorías, grasas, azúcares, sal u otros ingredientes deberán tener una advertencia que consistirá en un disco pare en negro con letras blancas permitiendo identificar cuales alimentos son “alto en azúcares”, “alto en grasas saturadas”, “alto en sodio” o con otra denominación equivalente, según el caso.

Ahora, se presentará la señalización que deberán presentar las etiquetas de acuerdo al tipo de alimento.



Figura 26: Rótulos que debe contener los envases en caso de superar límites Máximos.

Fuente: SIICEX

Como se puede observar en la Figura N° 26, es importante informar a los consumidores que tipo de producto están consumiendo y estas deberán tener una etiqueta negra a la vista del consumidor.

Hay que tomar en consideración, que en Chile fue publicada la nueva Ley de Etiquetado de Alimentos (Ley N° 20606) que entró en vigencia a partir de junio del 2016. Dicha ley, también prohíbe que los productos poco saludables no sean vendidos en escuelas públicas y que se use algún medio de promoción como juguetes o regalos para promocionarlos.

A continuación, se muestra una tabla con las principales indicaciones de embalaje y etiquetado para los productos exportados a Chile.

Tabla 63: Reglas de embalaje y etiquetado

REGLAS DE EMBALAJE Y ETIQUETADO EN CHILE	
El embalaje	Los embalajes deben ser suficientemente resistentes para aguantar las condiciones meteorológicas (calor, humedad, etc.), el hurto y la manipulación. Salvo la cristalería y la porcelana, los productos no deben ser embalados en paja, heno u otra materia vegetal. Si este tipo de embalaje es usado, se requieren certificados para probar que los materiales de embalaje fueron esterilizados y no contienen parásitos. Los embalajes de madera deben ser tratados en conformidad con la norma ISPM 15.
Idiomas permitidos en el embalaje y el etiquetado	Las etiquetas deben estar redactadas en español, pero se autoriza el uso de otros idiomas adicionales.
Unidades de medida autorizadas	Las medidas deben ser expresadas usando el sistema métrico.
Marcado de origen "Hecho en"	El país de origen debe estar obligatoriamente indicado en el embalaje.
Normativa relativa al etiquetado	Los productos embalados deben tener una indicación que detalle la calidad, pureza, los ingredientes y mezclas, y el peso o medida netos del contenido. Los productos alimentarios importados que se encuentran enlatados o embalados deben venir con una etiqueta traducida al

Reglamentos específicos	español de todos los ingredientes, incluyendo aditivos, fecha de fabricación y vencimiento, y nombre del productor o importador. Todos los pesos o medidas del contenido neto deben ser convertidos al sistema métrico.
	Existen reglas específicas para los alimentos enlatados, calzado, productos alimentarios, máquinas eléctricas, gas natural licuado y comprimido, plásticos, vinos, bebidas alcoholizadas, textiles, harina de trigo, detergentes e insecticidas agrícolas.

Fuente: Elaboración propia en base a Santander Trade Portal

Siguiendo con lo señalado en la Guía de requisitos de acceso de alimentos a Chile, (2016), el reglamento de rotulación de productos alimenticios envasados, en su artículo N° 107 menciona la información que debe contener la etiqueta o rótulo de los alimentos, como son:

Tabla 64: Información que debe contener el rótulo de alimentos

Nombre del Alimento
El nombre deberá indicar la verdadera naturaleza del alimento en forma específica.
Contenido Neto
Expresado en unidades del sistema métrico decimal o del sistema internacional, mediante el símbolo de la unidad o con palabra completa.
País de Origen
Debe indicarse en forma clara, tanto en los productos nacionales como en los importados, conforme a las normas de rotulación establecidas.
Número y Fecha de la Resolución
Y el nombre del Servicio de Salud que autoriza el establecimiento que elabora o envasa el producto que autoriza su internación
Fecha de Elaboración o Envasado del Producto
Esta deberá ser legible, se ubicará en un lugar del envase de fácil localización y se indicará en la forma y orden siguiente : <ul style="list-style-type: none"> • El día, mediante dos dígitos • El mes, mediante dos dígitos o las tres primeras letras del mes • El año, mediante los dos últimos dígitos.
Fecha de Vencimiento o Plazo de duración del Producto

Esta información se ubicará en el envase en un lugar fácil de localizar y con una leyenda destacada. El plazo de duración se indicará en términos de días o de meses o de años, según corresponda utilizando siempre unidades enteras, a menos que se trate de "duración indefinida".

Ingredientes

En el rótulo deberá figurar la lista de todos los ingredientes y aditivos que componen el producto, con sus nombres específicos, en orden decreciente de proporciones.

Aditivos

Se debe indicar en el rótulo la incorporación de aditivos, en orden decreciente de concentraciones con sus nombres específicos. Se debe incluir en la lista de ingredientes todo aditivo alimentario que haya sido en las materias primas y otros ingredientes de un alimento.

Fuente: Elaboración propia en base a información de SIICE

En cuanto a la información nutricional de acuerdo a lo establecido en el artículo 115 Reglamento de rotulación de productos alimenticios envasados se precisa lo siguiente:

- **Instrucciones para el almacenamiento**

Además de la fecha de duración mínima se debe indicar en la etiqueta las condiciones especiales que se requieran para la conservación del alimento, si de su cumplimiento depende la validez de la fecha de duración mínima.

- **Instrucciones para su uso**

El rótulo debe contener las instrucciones que sean necesarias sobre el modo de empleo, incluida la reconstitución, si es el caso, para asegurar la correcta utilización del alimento.

- **En el caso de los productos importados**

El nombre y domicilio del importador; el importador estará obligado a mantener un registro de todas las partidas internadas al país, por un plazo mínimo de 90 días posteriores a la fecha de vencimiento o del plazo de duración del producto, según corresponda. La fecha de elaboración deberá, además, estar estampada en el envase.

A continuación, se muestra una imagen referencial de lo que contendrá la etiqueta de los snacks naturales de camotes de la empresa Agrosnacks Export S.A.C

Tabla 65: Etiqueta de la empresa Agrosnacks Export S.A.C

SNACKS NATURALES DE CAMOTES			
<i>Ingredientes</i>			
<i>Camotes amarillo y morado</i>			
<i>Aceite de palma o vegetal</i>			
Información Nutricional	País de Origen:		Perú
Porción: 40g			
Cantidad	Cada 100 g	Por porción	%VD(*)
Energía (kcal/KJ)	11/46	5/23	0
Proteínas (g)	0,9	0,5	1
Grasa Total (g)	0	0	0
Grasa saturada (g)	0	0	0
Ácidos grasos trans (g)	0	0	---
Grasa monoinsaturadas (g)	0	0	---
Grasa poli saturadas (g)	0	0	---
Colesterol (mg)	0	0	---
Hidrato de carbono disponibles (g)	1,8	1	0
Sodio (mg)	750	669	28
Fibra Alimentaria (g)	1,2	0,6	2
(*)% Valores Diarios con base a una dieta de 2000 Kcal.u 8400 KJ. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas			

Fuente: Elaboración Propia

4.2.2 Diseño del Marcado

El marcado al igual que el etiquetado tiene una gran importancia y función dentro del proceso de exportación. Se realiza mediante impresión directa, rótulos adhesivos, stickers o caligrafía manual, en un costado visible del empaque.

Las cajas y paleta se enviarán debidamente marcadas y rotulas para facilitar la manera de identificar rápidamente las cajas que comprende la carga, permite una pronta localización y agiliza el proceso de confrontar las cantidades físicas con los documentos.

Existen tres tipos de marcas para el transporte de la mercancía:

- **Marcas estándar o de expedición**

Contendrá la información sobre el importador, destino, dirección, número de referencia, número de unidades, etc.:

- ✚ Importador: Distribuidora Trendy S.A.C
- ✚ Dirección: Calle Simón Bolívar N° 342 Cerro Esperanza en Valparaíso, Chile.
- ✚ Puerto de descarga: Valparaíso
- ✚ N° de bultos: 1/ 480

- **Marcas informativas**

Contendrá la información adicional del producto como país de origen, puerto de salida, puerto de entrada, peso bruto, peso neto dimensiones de las cajas entre otros. Cabe mencionar que deben estar separadas por las marcas de expedición.

- ✚ Exportador: Agrosnacks Export S.A.C.
- ✚ Dirección: Av. Micaela Bastidas 128, distrito de Ventanilla – Callao.
- ✚ Puerto de embarque: Callao - Perú.
- ✚ País de origen: Perú
- ✚ N° de bultos: 1/ 480
- ✚ Peso neto: 1.60 kg.
- ✚ Peso bruto: 2.80 kg.
- ✚ Dimensiones de la caja: 30 cm x 25 cm x 30 cm

- **Marcas de manipuleo:**

Se refiere a las instrucciones graficas o símbolos internacionales (pictogramas) sobre la manipulación de los embalajes. Por medio del uso de pictogramas se pretende desarrollar brindar información sobre el manejo y advertencias en el momento de transportar o manipular la carga.

A continuación, se muestra el marcado y rotulado de la caja que lleva el producto de snacks naturales a base de camotes.



Figura 27: Marcado de la Caja.

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede apreciar en la Figura N° 27, podemos ver que en la caja se encuentran detalladas cada una de las marcas que debe contener el empaque del producto para el transporte de la mercadería a comercializar en Chile-Valparaíso.

4.3 Unitarización y Cubicaje de la Carga

Para la exportación los snacks naturales elaborados a base de camotes, se cotizó el envío de 480 cajas corrugadas (cada una con 40 unidades de bolsas) en 06 paletas (carga suelta - LCL), vía transporte marítimo. En la tabla N° 66 y N° 67, se muestra información a detalle de las medidas, peso, cantidades de unidades para la caja master y el pallet.

Tabla 66: Unitarización de la Carga - Medidas del envase y empaque

MEDIDAS DEL ENVASE (unidades)		
Largo	12	Centímetros
Ancho	3	Centímetros

Altura	15	Centímetros
Peso neto por envase	40	Gramos
MEDIDAS DEL EMPAQUE (caja grande)		
Medidas de caja	30*25*30	Centímetros
Largo	30	Centímetros
Ancho	25	Centímetros
Altura	30	Centímetros
N° de unidades por Largo de caja	2	Unidades
N° de unidades por Ancho de caja	10	Unidades
Niveles	2	Niveles
Número de unidades por caja	40	Unidades
Peso neto por caja	1.60	Kilogramos
Peso bruto por caja	2.80	Kilogramos

Tabla 67: Unitarización de la Carga - Medidas de la paleta y N° de embarques al año

PALETA		
Ancho	100	Centímetros
Largo	120	Centímetros
N° de unidades por Ancho de paleta	4	Cajas
N° de unidades por Largo de paleta	4	cajas
Niveles de caja	5	Niveles
Total de cajas por paleta	80	Cajas
Total de unidades por paleta	3,200	Unidades
Peso neto por paleta	128	Kilogramos
Peso bruto por paletas (incluye peso de paleta 20 kg)	244	Kilogramos
N° de paletas por embarque	6	Paletas
N° de unidades por embarque	19,200	Unidades
N° de cajas por embarque	480	Cajas
Peso neto por embarque	768	Kilogramos
Peso bruto por embarque	1,464	Kilogramos
N° de embarques/envíos al año	9	Envíos
Nro. de unidades anuales	172,800	Unidades
N° de cajas anuales	4,320	Cajas

Peso neto anual	6,912	Kilogramos
Peso bruto anual	13,176	Kilogramos

Fuente: Elaboración Propia

Cabe mencionar, que es importante preparar correctamente la unitarización de carga de las mercancías para su adecuada distribución en el mercado internacional; ello facilitará el transporte y va a permitir conservar su integridad durante el tiempo que dure la movilización.

4.4 Cadena de DFI de exportación

A través de la cadena de distribución física internacional se tiene como propósito identificar la opción más eficiente para desplazar la cantidad correcta de la mercadería desde el Puerto del Callao-Perú hasta la región de Valparaíso-Chile, en el tiempo esperado y al mínimo costo posible.

4.4.1 Determinación de requerimiento de insumo e infraestructura

a). Del Insumo

La empresa Agrosnacks Export S.A.C. tercerizará el proceso de elaboración de snacks de camotes en bolsas de polipropileno de 40 gr. contratando los servicios de la empresa Doña Isabel E.I.R.L ubicada en Cal. Agua Dulce Mza. C Lote. 20 Zapallal, Puente Piedra, la cual posteriormente una agencia de transporte trasladará a los almacenes de la empresa. Se optó por elegir esta alternativa de tercerización ya que al iniciar las actividades de la empresa generará ahorro en costos hasta que la empresa pueda cubrir los gastos.

A continuación, se detallan los proveedores del proceso logístico de Agrosnacks Export S.A.C.:

Tabla 68: Proveedores de Agrosnacks Export S.A.C.

Empresa	R.U.C.	Servicio
Agromania S.A.C.	20515926543	Proveedor de materia prima
Doña Isabel E.I.R.L	20186370571	Proveedor de servicio de maquila

ArtPack Perú S.A.C

20512906584

Proveedor de bolsas de polipropileno y cajas de cartón corrugado

Fuente: Elaboración propia

La empresa Agrosnacks Export S.A.C. hará la compra de materia prima (camotes de dos variedades: amarillo y morado) a la empresa Agromania S.A.C (con domicilio fiscal en la AV. Coronel Inclan Nro. 424 Int. 402 Urb. Fundo Surquillo, distrito de Miraflores, departamento de Lima). Se contratará los servicios de una Agencia de transporte Cargo Trade Perú S.A.C la cual trasladará la materia prima y esta será entregada a la empresa encargada de la maquila Doña Isabel E.I.R.L que se encargará del proceso de producción, envasado, etiquetado y empaquetado para luego entregar el producto terminado a la Agencia de transporte Cargo Trade Perú S.A.C, que trasladará la mercadería al almacén de la empresa. Como plan de Contingencia, en caso de que el proveedor principal no pueda cumplirnos por temas de tiempo, contamos con la empresa ArtPack Perú S.A.C., que se encargará de apoyarnos mediante el servicio de envasado, etiquetado y empaquetado. El proceso productivo será supervisado por un especialista de calidad, quien se encuentra a cargo de supervisar cada proceso de producción en el cual garantice la calidad del producto

b) Sobre la Infraestructura

La empresa Agrosnacks Export S.A.C. está ubicada en:

- **País:** Perú
- **Provincia:** Callao
- **Distrito:** Ventanilla
- **Dirección:** Av. Micaela Bastidas 128, distrito de Ventanilla – Callao

Se contará con un área de 120 m² para llevar a cabo las actividades de almacenaje, y distribución del producto, conjuntamente también con las actividades administrativas de la empresa (la producción se tercerizará). El distrito en el que se ubica la empresa es cercano al puerto del Callao y accesible para proveedores, entidades financieras, socios estratégicos, clientes, entre otros.

Como se puede observar en la Figura N°28 se detalla la distribución de cada una de las áreas de la empresa.



Figura 28: Distribución de ambientes de la empresa Agrosnacks Export S.A.C.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 69: Distribución de los ambientes de la empresa

Número	Ambiente
1	Estacionamiento de carga y descarga
2	Almacén de productos terminados
3	Área de Recepción
4	Área de Gerencia
5	Departamento Administración y Finanzas
6	Departamento Comercial y Marketing
7	Departamento de Operaciones y Logística
8	Baño de hombres

Fuente: Elaboración Propia

4.4.2 Establecer estrategias de suministro

Una cadena de suministro es una red de instalaciones y medios de distribución que tiene por función la obtención de materiales, transformación de dichos materiales en productos terminados y distribución de estos productos terminados a los consumidores. En primer lugar, tenemos la compra de materia prima para lo cual la empresa evaluará 3 empresas proveedoras de esta, cuya ponderación se detalla a continuación:

Tabla 70: Ponderación para la selección de la empresa proveedora de materia prima

Calificación: 1 muy malo – 5 muy bueno

Criterios	Importancia	Andean Crops S.A.C.	Puntaje	Corporación Agrícola Viñasol S.A.C	Puntaje	Agromania S.A.C.	Puntaje
Precio por Kg.	25%	2.5	0.63	3	0.75	3	0.8
Flete	20%	3	0.6	3	0.6	4	0.8
Distancia	15%	3	0.45	4	0.6	3.8	0.57
Experiencia	20%	5	1	4	0.8	4	0.8
Puntualidad	20%	3	0.6	3.5	0.7	4	0.8
TOTAL	100%		3.28		3.45		3.72

Fuente: Elaboración Propia

Como podemos observar en la Tabla N 70, se puede determinar que la mejor opción como empresa proveedora de materia prima es Agromania S. A.C que tiene como dirección del domicilio fiscal en la Av. Coronel Inclan Nro. 424 Int. 402, Miraflores.

Una vez seleccionado el proveedor que nos abastecerá la materia prima se procederá a hacer la elaboración de un contrato para establecer acuerdos previos a la entrega del producto, precio y sobre todo calidad del insumo.

- **Precio:** El precio de la mercadería que cubre el pedido será tal como está estipulado en el contrato y no estará sujeto a aumentos sin el consentimiento previo del comprador.
- **Entrega:** El tiempo de entrega son de 3 hábiles, si por algún motivo el vendedor no completa la entrega del pedido dentro del plazo establecido, el comprador puede a su entera discreción reducir la cantidad de lo solicitado o cancelar el pedido.
- **Duración:** 1 año
- **Envío:** El vendedor no cubre el riesgo ni el costo de transporte.
- **Rechazo:** Si existe anomalías con la materia prima, no se procederá a realiza la recepción del mismo.
- **Garantías:** El vendedor garantiza la entrega del insumo con las características establecidas en el contrato.

Como segundo lugar, se elegirá a la empresa que se encargara de realizar el servicio de la maquila del producto por lo que se utilizarán diferentes criterios señalados a continuación:

Tabla 71: Criterios para la selección de la empresa de servicio de maquila

Criterios	Productos Alimenticios Carter S.A.C.	Art Pack Perú S.A.C.	Doña Isabel E.I.R.L.
Certificación	Sí	Sí	Sí
Precio	Alto	Medio	Medio
Experiencia	20 años	11 años	36 años
Tiempo de entrega	Muy buena	Buena	Buena
Distancia	Santa clara	San Miguel	Puente Piedra
Capacidad instalada	Buena	Buena	Buena

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 72: Ponderación para la selección de la empresa maquiladora de Snacks

Calificación: 1 muy malo – 5 muy bueno

Criterios	Importancia	Productos Alimenticios Carter S.A.C.	Puntaje	Art Pack Perú S.A.C.	Puntaje	Doña Isabel E.I.R.L.	Puntaje
Certificación	20%	3	0.60	3	0.6	3	0.6
Precio	20%	3	0.6	4	0.8	4	0.8
Experiencia	15%	4	0.6	3	0.45	4	0.6
Tiempo de entrega	20%	5	1	4	0.8	4	0.8
Distancia	15%	3	0.45	3	0.45	4	0.6
Capacidad instalada	10%	3	0.3	3	0.3	3	0.3
TOTAL	100%		3.55		3.40		3.70

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con la Tabla N°72, la empresa encargada de la maquila será Doña Isabel E.I.R.L. obteniendo el mayor puntaje de la ponderación (3.70) como resultado de tener mayores ventajas en comparación con las otras empresas maquiladoras.

La empresa está ubicada en el distrito de Puente Piedra, lo cual es una ventaja porque se encuentra cerca al almacén de la empresa, cuenta con 36 años de experiencia en el mercado, ofreciendo calidad en sus servicios; y con certificaciones que garantizan sus entregas. Actualmente, abastece a mercados en el exterior, para ello la empresa Agrosnacks Export S.A.C. hará un contrato de confidencialidad con la empresa que nos brinda el servicio.

Por último, se deberá elegir la empresa proveedora del envase y el empaque, por ello los criterios de selección son los siguientes:

Tabla 73: Criterios para la selección de la empresa proveedora del envase y empaque

Criterios	Industrias del envase S.A.	Art Pack Perú S.A.C.	Doña Isabel E.I.R.L.
Precio	Alto	Medio	Medio

Ubicación	Callo	San Miguel	Puente Piedra
Experiencia	44 años	11 años	36 años
Puntualidad	Buena	Buena	Buena
Variedad	Limitado	Diversa	Diversa

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 74: Ponderación para la selección de la empresa proveedoras del envase y empaque

Calificación: 1 muy malo – 5 muy bueno

Criterios	Importancia	Industrias del Envase S.A.	Puntaje	Art Pack Perú S.A.C.	Puntaje	Doña Isabel E.I.R.L.	Puntaje
Precio	25%	3	0.75	4	1.0	4	1.0
Ubicación	20%	4	0.80	4	0.80	4	0.8
Experiencia	18%	3	0.54	3	0.54	4	0.72
Puntualidad	20%	3	0.60	3	0.60	3	0.6
Variedad	17%	2	0.34	3	0.51	3	0.51
Total	100%		3.03		3.45		3.63

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados de la ponderación realizada en la Tabla N° 74, indica que el proveedor para el envase y empaque será la empresa Doña Isabel E.I.R.L. cabe mencionar que es la misma empresa que nos proveerá el servicio de maquila.

Con respecto a lo antes mencionado, las estrategias a realizar con las empresas proveedoras de materia prima, maquiladora, envase y empaque serán las siguientes:

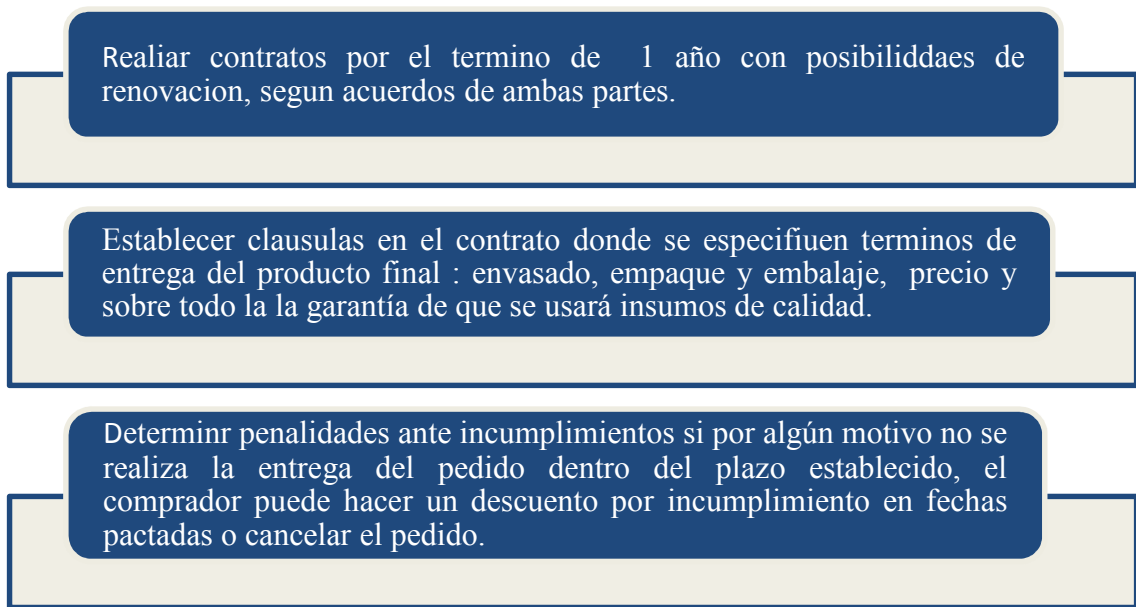


Figura 29: Estrategias para las empresas proveedoras de Agrosnacks Export S.A.C.

Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se explicarán algunos puntos más importantes de la cadena logística en cuanto a suministro, fabricación y distribución:

- **Suministro (abastecimiento)**

Se llevará un contrato con la empresa proveedora de materia prima Agromania S.A.C, quien se encargará de proporcionar los insumos según requerimiento para la producción de Snacks de camotes, y tendrá un contrato vigente durante un año.

Las condiciones de pago serán de acuerdo al precio del mercado para la venta al por mayor. En el pago por la materia prima, no estará incluido el costo del transporte por lo que se contará con la Agencia de transporte Cargo Trade Perú S.A.C, para transportar la materia prima hasta la empresa maquiladora.

- **Fabricación**

La producción estará a cargo de la empresa Doña Isabel E.I.R.L., quien se encargará de la transformación de materia prima, así como también del envasado en bolsas de polipropileno, etiquetado y empaque que corresponde.

- **Determinación del proceso productivo**

A continuación, se detalla los pasos a seguir para la elaboración de los Snacks de camotes:

Paso 1: Cultivo

El cultivo del camote será proveniente de la costa peruana, que proceden de los valles de Barranca, Huacho y Huaral.

Paso 2: Conservación

La recepción de camotes se realizará en sacos en el área de almacén y recepción de productos de la empresa maquiladora, verificando la descarga de los camotes y que se haga en perfectas condiciones con el personal adecuado dependiendo del volumen del pedido.

Paso 3: Lavado y desinfección

Se lleva a cabo con la finalidad de eliminar cualquier tipo de sustancias extrañas y resto de tierra que pueda estar adherida a los camotes. Esa operación se realiza por inmersión, agitación o aspersion.

Paso 4: Cortado

Los camotes se cortan en forma ovalada para que tengan el grosor adecuado y consigan el máximo sabor y textura crujiente.

Paso 5: Secado

Una vez cortado los camotes caen en una cinta que la traslada hacia la freidora y en su camino acaban de perder el exceso de agua que puedan acumular.

Paso 6: Fritura

En este proceso los camotes se fríen durante un tiempo estimado y durante el mismo se remueven manualmente de forma constante para garantizar la uniformidad y máxima calidad del producto final.

Paso 7: Escurrido

Esta fase permite a los camotes desprender el posible exceso de aceite de la fritura.

Paso 8: Enfriado

Los camotes necesitarán bajar temperatura antes de seguir con su proceso, por ello permanecerán un tiempo reposando para su enfriado.

Paso 09: Seleccionado

Seleccionar y eliminar aquellos camotes que no cumplan con los exigentes estándares de calidad marcados.

Paso 10: Embolsado

Terminado su proceso de elaboración, listas ya para su consumo se embolsarán en las bolsitas de polipropileno, dependiendo al peso que debe contener cada bolsita de 40g.

Paso 11: Empaquetado

Finalmente se colocarán en sus correspondientes cajas, listas para salir al mercado. Se realizará en cajas de 40 unidades, a temperatura ambiente en instalaciones adecuadas para la conservación del producto.

- **Distribución**

Cuando se haya terminado la producción, envasado y empaquetado de acuerdo a lo estipulado en el contrato suscrito por ambas partes, se procederá a recoger la carga en las instalaciones de la empresa maquiladora contratando también a la Agencia de transporte Cargo Trade Perú S.A.C, para que realice el traslado de la mercadería hasta los almacenes de la empresa Agrosnacks Export S.A.C.

4.4.3 Requisitos de acceso al mercado objetivo

A continuación, se explica las funciones de las principales instituciones relacionadas con la exportación del producto:

Instituciones en Perú:

Dirección general de salud ambiental (DIGESA):

De acuerdo con DIGESA, (2017) es el órgano técnico dependiente del viceministerio de salud pública, competente para otorgar y reconocer derechos, certificaciones, opiniones técnicas, autorizaciones, permisos, etc.; y encargarse del saneamiento básico, salud ocupacional, higiene alimentaria y protección del medio ambiente.

La principal función es normar y evaluar el proceso de salud ambiental, los factores de riesgos químicos y biológicos externos; así como también la inocuidad de los alimentos destinados para consumo humano elaborados de manera nacional o internacional.

Superintendencia nacional de aduanas y administración tributaria (SUNAT):

La SUNAT es el organismo adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas encargado de recaudar los impuestos y administrar la actividad aduanera como finalidad primordial. Implementa, inspecciona y controla la política aduanera de manera nacional y el tráfico internacional de mercancías, personas y medios de transporte para facilitar el comercio exterior y el correcto cumplimiento de convenios y tratados internacionales.

La principal función de la SUNAT es regular y supervisar el proceso de salida de territorio nacional de productos destinados a la exportación, lo que implica.

- ✚ Supervisar el cumplimiento de la legislación aduanera sobre las exportaciones.
- ✚ Implementar técnicas de gestión de riesgos a las mercancías exportadas.

Entidad que emite certificados de origen:

Existen distintos gremios empresariales utilizados por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) para recibir información proporcionada por el usuario para evaluar y verificar que cumple con las normas de origen o régimen de preferencia invocado. Al verificar satisfactoriamente los requisitos se expide el certificado de origen.

Para que se solicite la preferencia arancelaria en destino, contemplada en los acuerdos comerciales realizados por el país, el importador debe contar con el certificado de origen.

Las entidades que emiten certificados de origen en la ciudad de Lima son: Cámara de Comercio de Lima (CCL), Asociación de Exportadores (ADEX) y la Sociedad Nacional de Industrias (SIN).

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

El HACCP determina aquellos riesgos que puedan surgir y adoptar medidas preventivas para evitarlos. Consiste en un sistema de gestión para alimentos en donde se controla los puntos críticos de la manipulación de los alimentos y así propiciar la eficacia de los recursos y la mejor propuesta a problemas. Facilita la inspección por parte de las autoridades encargadas de regular el control de los alimentos favoreciendo el comercio internacional ya que aumenta la confianza de los compradores.

Instituciones en Chile

Aduanas Chile (Gobierno de Chile)

El Servicio Nacional de Aduanas en Chile, es un organismo autónomo relacionado con el poder ejecutivo, que cumple funciones claves para el desarrollo de su país. Resguarda los intereses del estado y fiscaliza las operaciones de exportación e importación recaudando los derechos e impuestos que se vinculan a estas.

Ministerio de Salud

Contribuye a aumentar el nivel de salud de la población a través de sistemas de salud que controlen los factores que puedan alterar la salud. Establece normas legales que deben aplicarse en producción, elaboración, envase, distribución, venta, importación de alimentos, etc. Es el Ministerio de Salud en Chile, el organismo encargado de regular la entrada de productos alimenticios.

Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)

Es la entidad encargada de la protección de derechos de los consumidores, regulada por la Ley N° 19.496. Los principales puntos que regula son:

- ✚ Derecho a contar con información veraz y en el tiempo adecuado sobre los bienes y servicios ofrecidos, su precio, condiciones de contratación, etc., garantía de los productos, retractarse sobre una compra y respetar los contratos.
- ✚ La no discriminación por parte de las empresas proveedoras de bienes y servicios.
- ✚ Regula la publicidad engañosa y facilita las asociaciones de consumidores favoreciendo las acciones colectivas cuando pueden vulnerarse los derechos del consumidor.

Documentos obligatorios (importación con carácter comercial):

Entre los principales documentos que la autoridad aduanera exige tenemos los siguientes que se detallan a continuación:

- ✚ Conocimiento de embarque original, carta porte o guía aérea que acredite la propiedad de la mercancía por parte del consignatario. Es el documento por medio del cual se confirma que la mercancía ha sido recibida en el medio de transporte requerido.
- ✚ Factura comercial original, que acredite la mercancía objeto de la compraventa y sus valores. La factura comercial es el documento comercial como su nombre lo indica, más importante entre los documentos de una exportación. Ahí se fijan las condiciones de venta de una mercancía, así como también sus especificaciones.

- ✚ Declaración jurada del importador, por el precio de la mercancía (entregado por el agente de aduanas)
- ✚ Mandato constituido por el endoso del original del conocimiento de embarque
- ✚ Certificado de origen para acceder a beneficios arancelarios del TLC con Chile. Es el documento en donde el exportador declara bajo juramento que la mercancía que se exporta cumple con las exigencias de elaboración y normas de origen del acuerdo comercial. La emisión de este documento beneficia al importador por las preferencias arancelarias.
- ✚ Lista de empaque, para mercancías en contenedores. Es un documento de control en donde se detallan los bultos, cajas, paquetes, pesos, cubicajes, contenedor entre otros.
- ✚ Norma Internacional para la protección fitosanitaria, aprobada por la convención internacional de protección fitosanitaria (CIPF), que determina que las tarimas y embalajes de madera deben someterse a tratamientos térmicos para prevenir plagas. Las tarimas o embalajes de madera deben tener un sello que muestre que han sido tratadas conforme a las regulaciones establecidas en NIMF15.

4.4.4 Determinación del operador logístico a intervenir

Actualmente, los operadores logísticos se encargan de gestionar gran parte de las actividades logísticas sirviendo de gran ayuda y facilitando los procesos dentro de la cadena de suministro, como son: el aprovisionamiento, transporte, almacenaje y distribución.

La empresa Agrosnacks Export S.A.C se ha contactado con 03 operadores logísticos y solicitado cotización para la exportación de los snacks elaborados a base de camotes. En base al análisis y la evaluación de las cotizaciones se llevó a cabo una selección de acuerdo a los siguientes criterios:

Tabla 75: Criterios de selección para operadores logísticos

Calificación: 1 muy malo – 5 muy bueno

Crterios	Nivel Importancia	AUSA	Puntaje1	GRUPO CACERES & ASOCIADOS	Puntaje2	CARGOCOM PERU	Puntaje3
Costos	30%	3	0.90	3	0.90	5	1.50
Experiencia	25%	5	1.25	4	1.00	4	1.00
Respuesta rápida	15%	3	0.45	3	0.40	4	0.60
Eficiencia en transporte	20%	5	1.00	4	0.80	4	0.80
Seguridad	10%	4	0.40	4	0.40	4	0.40
Total	100%		4.00		3.55		4.30

Fuente: Elaboración propia en base a AUSA, Grupo Cáceres & Asociados, Cargocom Perú

Según la Tabla N° 75, la empresa seleccionada para realizar el proceso de exportación es Cargocom Perú, quien será responsable del transporte del almacén de Agrosnacks Export S.A.C. hacia el terminal portuario en el Callao, del ingreso de la carga al depósito temporal, del servicio de agente de aduanas (con respecto a los trámites para la salida definitiva de la carga y el agenciamiento de carga, el flete, la emisión del BL, transmisión del manifiesto y consolidación de la carga).

Tabla 76: Proceso de exportación - operador logístico

Proceso	Detalle
Transporte local	Transporte del almacén de Agrosnacks Export S.A.C. al terminal marítimo del Callao
Almacenaje	Ingreso de la mercadería al terminal marítimo para su inspección antes de que se realice el levante de la mercadería
Agente de aduanas	Personal encargado de llevar a cabo los trámites de exportación para la salida de la mercadería del puerto del Callao.
Agente de carga	Es la empresa que se encarga de brindar fletes competitivos para la exportación (si el cliente solicita otro tipo de Incoterm)

Fuente: Elaboración propia en base a Cargocom Perú

4.4.5 Técnicas de cuantificación de demora

- **Transporte marítimo:**

La cuantificación del tiempo de demora del transporte marítimo va a depender de la salida de la nave hacia el puerto de Valparaíso en Chile. Es frecuente que las naves zarpen cada siete días, dependiendo la línea naviera. También se debe tener en cuenta el tiempo de proceso del pedido ya que una vez que el cliente confirma y realiza la compra, el tiempo de demora será aproximadamente de 4 a 5 días aproximadamente. Cabe mencionar que, al ser la primera exportación, la mercancía estará sujeta a la asignación del canal rojo, la cual tendrá, que ser aforada por un especialista de aduanas, que tendrá un tiempo de demora entre 1 o 2 días.

Producción, elaboración, unitarización, transporte interno, aduanas y transporte internacional

Tabla 77: Técnicas de cuantificación de demora

Logística Internacional	Tiempo (En días u horas)
Compra de insumos	3 días
Elaboración del producto	4 días
Empaque	1 día
Embalaje	12 horas
Unitarización de pallets	5 horas
Manipuleo hacia el almacén Agrosnacks Export S.A.C.	3 horas
Transporte al terminal marítimo	1 hora
Aduanas	6 horas (1era. exportación: 01 día)
Transporte internacional	5 a 6 días

Fuente: Elaboración propia

4.5 Seguro de las mercancías

Por medio del seguro se restituye al asegurado, una vez sucedido el siniestro, un monto económico – patrimonial equivalente a lo que tenía antes del siniestro. El seguro de transporte es el contrato mediante el cual el asegurador asume los daños y pérdidas materiales sobrevenidas, ya sea al material de transporte y/o a los objetos transportados.

Según Cánovas, (2011), la póliza de seguro es el contrato de seguro que prueba la relación contractual entre el tomador y el asegurador. Debido a su naturaleza e importancia siempre se oficializa por escrito.

En referencia específicamente de mercadería, las pólizas se clasifican según se detalla

Tabla 78 Tipos de póliza:

Tipo de póliza	Detalle
“Por viaje” o “ a término”	Cubre los riesgos de una mercancía durante un transporte con un comienzo y duración determinados
Póliza temporal	Cubre las operaciones a realizar en un determinado periodo de tiempo, durante el cual se asegura una multiplicidad de expediciones bajo las mismas condiciones y una suma asegurada
Póliza abierta	Se basa en un contrato de seguro que regula condiciones marco que se van a aplicar a una serie continuada de embarques u operaciones de transporte internacional. Dichas operaciones se comunican al asegurador periódicamente
Póliza flotante	Es una “póliza abierta” en la que la prima se fija como depósito para un volumen estimado de operaciones, regularizándose el uso real de la póliza al final de cada ejercicio en función de los transportes efectuados. En este caso no se requiere dar aviso al asegurador por cada una de las operaciones

Fuente: Elaboración propia en base a libro (Transporte internacional de mercancías, 2011)

La empresa Agrosnacks Export S.A.C. contratará el tipo de póliza denominada como: “a término”, debido a que se contratará el seguro para la mercancía desde que la mercadería se encuentra en el almacén de la empresa hasta que esté a bordo.

Las condiciones generales suelen contemplar riesgos cubiertos como: incendio, rayo o explosión, accidente del medio de transporte, accidente del buque a bordo, robo con intimidación. Respecto a las condiciones particulares recogen todos los datos específicos de cada contrato.

Respecto al certificado del seguro, es el documento expedido por el asegurador que prueba la existencia de un contrato de seguro, este debe detallar el número de póliza y las coberturas o riesgos asegurados.

El comercio de los Snacks de camotes utilizará el Incoterm 2010 FOB -Franco a bordo- aquí la entrega de la mercancía se produce en el puerto de origen, una vez que se ha embarcado la misma al buque. En ese sentido, el seguro a contratar por Agrosnacks Export S.A.C. deberá tener una cobertura desde que el lote de los Snacks de camotes salga del almacén, hasta que los mismos hayan sido puestos a bordo.

Para lograr tener una estimación de cobertura de seguro de mercancía se hizo la simulación con información referencial de MAPFRE seguros. El costo de la póliza de seguros será de \$92.31 dólares, lo cual resulta rentable para el total de mercancía que se requiere asegurar, se debe tomar en cuenta que el seguro es por cada vez que se envíe mercancía a puerto, antes de tomar un seguro, lo primero que debe hacerse es tener clara las características del producto, de modo de determinar con precisión los riesgos cubiertos y las exclusiones existentes.

4.6 Determinación de la vía de embarque

Para determinar la vía de embarque del producto (snacks naturales elaborados a base de camotes), se evaluarán los siguientes aspectos:

- Costo del flete
- Tiempo de Tránsito
- Restricciones de carga

- Disponibilidad de salidas
- Manipuleo seguro

Tabla 79: Cuadro de ponderación para la elección del medio de transporte

Ponderación de Variables	Variable	Marítimo		Carretero	
		Calif.	Porcentaje	Calif.	Porcentaje
0.30	Costo del flete	4	1.20	2	0.60
0.30	Tiempo de Tránsito	4	0.80	4	0.80
0.10	Restricciones de carga	4	0.40	4	0.40
0.20	Disponibilidad de salidas	3	0.90	4	1.20
0.10	Manipuleo seguro	4	0.40	3	0.30
1.00			3.70		3.30

Fuente: Elaboración propia

Los aspectos determinantes para elegir la vía de embarque son: el costo del flete y el tiempo de tránsito, debido a que al exportar un producto alimenticio, necesitará ser transportada en un tiempo corto a la medida de lo posible, para poder atender al cliente en el tiempo solicitado y por ser Chile un país cercano este tiempo varía entre 5 a 6 días (que se encuentran en el rango de tiempo en el que no “altera” la finalidad del producto); y el costo del flete, ya que al ser una empresa que recién inicia sus operaciones, será conveniente realizar costos que resulten más económicos. Entonces, de acuerdo a lo señalado en la Tabla N° 79 la opción elegida será la de la vía marítima.

5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1 Fijación de Precios

Para fijar los precios de exportación, la empresa Agrosnacks Export S.A.C. determinará su precio de venta en base a dos métodos, los cuales se detallan a continuación:

El primer método utilizado será basado en la competencia, para ello se hizo una evaluación previa del precio promedio de venta de las empresas competidoras que ofrecen el mismo producto. Tomando como referencia los precios establecidos por las empresas competidoras se puede emplear el segundo método; que será en base a costos, donde se determina el costo unitario de cada unidad de snacks de camote, al cual se calculará un margen de ganancia que le permita obtener un precio competitivo para la empresa y que esté de acuerdo al precio de la competencia.

Para determinar el precio de venta también se considerará tomar en cuenta el Incoterm, que en este caso es el FOB 2010, también, la cantidad que solicite, precios de la competencia, entre otros.

5.1.1 Costos y Precio

Para llevar a cabo la determinación del precio, es importante saber en que Incoterm se venderá el producto ya que depende de ello sumarle mayores costos logísticos, delimitar si la responsabilidad es mayor, es decir el Incoterm va determinar los riesgos y responsabilidades para ambas partes tanto como para el exportador e importador.

Tabla 80: Principales precios a nivel mundial de la partida 200599

(Precio por tonelada en dólares)

Importadores	2012	2013	2014	2015	2016
	Valor unitario importada, Dólar Americano/Toneladas	Valor unitario importada, Dólar Americano/Toneladas	Valor unitario importada, Dólar Americano/Toneladas	Valor unitario importada	Valor unitario importada, Dólar Americano/Toneladas
Mundo	1639	1586	1672	1557	1561
Estados Unidos	1862	1904	1930	1889	2043
Japón	2269	2173	2063	2023	2087
Alemania	2054	2050	2084	1807	1801

Francia	1743	1753	1712	1444	1386
Corea, República de	544	574	555	591	569
Reino Unido	2237	2366	2442	2159	2106
Canadá	2006	2020	2321	2414	2375
Bélgica	2029	2162	2330	2014	2103
España	2364	2227	2176	2046	2101

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

En la Tabla N° 80 se aprecian los precios por tonelada de la partida 200599 y los principales mercados importadores en los últimos 5 años a nivel mundial.

Tabla 81 : Principales precios de las exportaciones peruanas de la partida 2005999000

(Precio por kilogramos en dólares)

Importadores	2012	2013	2014	2015	2016
	Valor unitario, Dólar Americano/Kilogramos	Valor unitario, Dólar Americano/Kilogramos	Valor unitario, Dólar Americano/Kilogramos	Valor unitario, Dólar Americano/Kilogramos	Valor unitario, Dólar Americano/Kilogramos
Chile	1,46	1,52	1,60	1,65	1,63

Fuente: Elaboración en base a Trade Map

Tabla 82: Principales precios de empresas peruanas que exportan en la partida 2005999000

(Precio por unidad en dólares)

RAZÓN SOCIAL	DESCRIPCIÓN COMERCIAL	PRECIO
INDUSTRIAS AGRICOLAS SRL	Camote BL 40G	0.55
GRAHPA S.R.L.	Snacks de camote crickets, snacks chifles peruanos crickets, snacks habas saladas crickets.	0.61

Fuente: Elaboración propia en base a ADEX Data Trade

Como podemos observar en la Tabla N°82, se puede analizar los precios de empresas peruanas que exportan snacks de camote para considerar como referencia del precio del insumo a exportar.

Determinación de Precios:

✚ Costos Directos

Tabla 83: Costo de fabricación

(Expresado en soles)

Producto	Costos	Cantidad	Costo por envío	Costo anual
Costo de producto tercerizado (unidad)	0,40	19.200,00	7.680,00	69.120,00
Materia Prima (kilogramos)	0,51	1.316,57	671,45	6.043,06
Costo de envase (bolsas)	0,12	19.200,00	2.304,00	20.736,00
Costo de caja (cartón corrugado)	0,70	480,00	336,00	3.024,00
Transporte de materia prima hacia la empresa de maquila (kilogramos)	0,40	1.316,57	526,63	4.739,66
Transporte del maquilador hacia el almacén (kilogramos)	0,37	1.464,00	541,68	4.875,12
TOTAL INSUMOS EN PRODUCTOS			12.059,76	108.537,84

Fuente: Elaboración Propia

✚ Costos Indirectos

Tabla 84: Mano de Obra Indirecta

(Expresado en soles)

Descripción	Nº de empleados	Remuneración	Pago mensual	AFP	Pago mensual	Pago anual	Vacaciones	Sub total	ESSALUD 9%	Total anual
Gerente General	1	2,300.00	2,300.00	270.02	2029.98	23,209.76	1,150	24,359.76	2,192.38	26,552.14
Asistente de logística	1	1,200.00	1,200.00	140.88	1059.12	12,109.44	600	12,709.44	1,143.85	13,853.29
Asistente Comercial	1	1,200.00	1,200.00	156.00	1044.00	11,928.00	600	12,528.00	1,127.52	13,655.52
Asistente de finanzas	1	1,200.00	1,200.00	154.01	1045.99	11,951.90	600	12,551.90	1,129.67	13,681.58
Auxiliar de almacen y limpieza	1	850.00	850.00	109.06	740.95	8,466.34	425	8,891.34	800.22	9,691.56
TOTAL	4									77,434.08

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 85: Gastos de Materiales Indirectos

(Expresado en soles)

Materiales de limpieza	Precio unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Recogedor (unidad)	7,00	7,00	7,00
Escoba (unidad)	9,00	9,00	9,00
Jabón líquido (bolsa)	13,00	26,00	208,00
Paños (paquete)	9,00	9,00	54,00
Lejía (galón)	7,50	7,50	90,00
Papel Higiénico (paquete por 4 rollos)	42,00	42,00	252,00
TOTAL MATERIALES INDIRECTOS		100,50	620,00

Fuente: Elaboración Propia**Tabla 86: Gastos Indirectos de Fabricación**

(Expresado en soles)

Descripción	Mensual	Anual
Pago de alquiler de local 120 m2	1.200,00	14.400,00
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	230,00	2.760,00
TOTAL GASTOS FIJOS	1.430,00	17.160,00

Fuente: Elaboración Propia**Tabla 87: Gastos Administrativos**

(Expresado en soles)

Materiales de oficina	Costo unitario	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Hojas bond (millar)	13,00	1	13,00	104,00
Folder de palanca (unidades)	5,00	8	40,00	80,00
Lapiceros (cajas)	10,00	2	20,00	40,00
Lápices (caja)	9,00	1	9,00	9,00
Perforador (unidades)	5,50	4	22,00	22,00
Engrampador (unidades)	7,00	4	28,00	28,00
Control de calidad	600,00	1	600,00	5.400,00
Contabilidad	300,00	1	300,00	3.600,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS			1.032,00	9.283,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 88: Gastos de Ventas

(Expresado en soles)

Descripción	Total
Página web	400,00
Espacio en la feria (Stand)	7.500,00
Decoración del Stand	2.500,00
Pasaje Aéreo	1.050,00
Hospedaje	1.000,00
Movilidad	350,00
Alimentación	300,00
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	3.500,00
Google adword	2.916,00
Rueda de negocio	1.850,00
Comisionista	3.042,83
GASTO DE VENTA TOTAL	24.608,83

Fuente: Elaboración Propia**Tabla 89: Costos Fijos**

(Expresado en soles)

Mano de obra indirecta	77.434
Materiales indirectos	620
Gastos indirectos de fabricación	17.160
Gastos administrativos	9.283
Gasto de ventas	24.609
Costo Financiero	17.409
COSTO FIJO TOTAL	146.515

Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en la Tabla N° 89 se detalla todos los costos fijos en los que incurrirá la empresa. Los costos fijos se pueden definir como aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel operativo, esto quiere decir realice o no comercio, debe pagarlos. Los costos fijos se constituyen por gastos de personal, materiales indirectos, gastos fijos, gastos administrativos, gasto de ventas y costo financiero haciendo un total de S/. 146,515 para el primer año.

Tabla 90: Costos Variables

(Expresado en soles)

Costo de fabricación	108.537,84
Costo de exportación	18.377,19
COSTO VARIABLE TOTAL	126.915,03

Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en la Tabla N° 90 se detalla los costos variables en el que incurrirá la empresa. Los costos variables son aquellos relacionados a la producción.

Tabla 91: Costo Total

(Expresado en soles)

Costo Fijo	Costo variable	Costo Total
146.515	126.915	273.429,91

Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en la Tabla N° 91 se detalla el costo total que incurrirá la empresa Agrosnacks Export S.A.C., el cual está conformado por la suma del costo fijo y costo variable, haciendo un total de S/. 273.429,91 para el primer año.

Tabla 92: Estructura del Precio

(Expresado en soles)

COSTO DIRECTOS	
Costos de fabricación	84.777,84
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	
Mano de obra indirecta	77.434,08
Materiales indirectos	620,00

Gastos indirectos de fabricación	17.160,00
GASTOS OPERACIONALES	
Gastos administrativos	9.283,00
Gasto de ventas	24.608,00
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	213.883,75
Empaque y envase	23.760,00
Embalaje y unitarización	135,00
Manipuleo local del exportador	360,00
VALOR EXW	238.138,75
Seguro de carga	1.980,99
Transporte del almacén hacia puerto	1.823,67
Certificado de origen	225,00
Derechos de embarque	1.440,00
Transmisión electrónica	360,00
Trámite documentario	911,88
Gasto administrativo	216,00
V°B - Agentes portuarios	2.493,72
Agenciamiento de Aduanas	2.184,93
Gastos Operativos	990,00
Aforo físico	1.260,00
Gastos de Almacén	1.620,00
Carta de Crédito	2.376,00
Costo financiero	17.408,97
TOTAL	273.429,91
Margen de ganancia	13%
Valor FOB	314.843,56
Precio Fob unitario	1,82
Precio Fob unitario en dólares	0,56

Fuente: Elaboración Propia

Cabe mencionar, que para efectos de los costos de exportación se realizó una cotización para determinar los costos. **Se puede observar en el anexo N° 08.**

Para efectos del costo financiero, se hizo un análisis de las tarifas en cuanto a las tasas de interés. **Se puede observar en el anexo N°09**

5.1.2 Cotización Internacional

Después de que el cliente muestre interés en el producto y se encuentre interesado en llevar a cabo el proceso de exportación, se procederá a realizar la negociación en donde se especifique y se llegue a acuerdos sobre aspectos relevantes que involucra la transacción comercial como son: la cantidad de producto que comprará, los plazos de entrega e Incoterm, formas de pago, entre otros. Todo esto se coordinará vía correo electrónico, el cual servirá como evidencia de los intercambios de información.

Luego de establecido el primer contacto con el cliente, se procede a enviar la cotización al cliente para que lo evalúe. El acuerdo al que se llega con el comprador finalmente es que la cotización será remitida en FOB Incoterm 2010 y la forma de pago será mediante carta de crédito irrevocable confirmada y a la vista.

Finalmente, una vez que el cliente haya aceptado la cotización con las condiciones acordadas por ambas partes, se procederá al envío de la orden de compra, iniciando de esta manera con el despacho de las mercancías en el plazo estipulado.

A continuación, se presenta un modelo de cotización en base a lo acordado con el cliente:

Lima 17 de Septiembre de 2017

Cotización N°: 001-09 EXP2017

Señores

Distribuidora Trendy S.A.C.

Atención. - Mr. Jeremías Ezequiel- Manager Product

De nuestra consideración:

Por medio del presente, le hacemos llegar según lo solicitado nuestra cotización de acuerdo a las especificaciones establecidas por ustedes:

PRODUCTO	:	SNACKS NATURALES DE CAMOTES
PRESENTACION	:	BOLSAS DE POLIPROPILENO DE 40 GR
PARTIDA ARANCELARIA	:	20.05.99.90.00
FORMA DE PAGO	:	CARTA DE CRÉDITO
FECHA DE EMBARQUE	:	30 DIAS RECIBIDA ORDEN DE COMPRA
MEDIO DE TRANSPORTE	:	MARITIMO
PUERTO DE EMBARQUE	:	CALLAO – PERU

CONCEPTO		
CANTIDAD	PRECIO FOB	CANTIDAD TOTAL
19 200 UNIDADES	US \$ 0.56 X UNIDAD	US \$ 10 752,00

Debemos manifestar que el producto detallado goza de beneficio arancelario por lo que enviaremos el Certificado de Origen.

En señal de conformidad y aceptación de las condiciones arriba expresadas, suscribimos el presente documento.

Atentamente

GERENTE COMERCIAL

Figura 30: Modelo de cotización Agrosnacks Export S.A.C.

Fuente: Elaboración Propia

5.2 Contrato de Compra Venta Internacional (importaciones) y sus documentos

5.2.1 Contrato de compra venta internacional

Según SIICEX, (2017) menciona que un contrato de compra ventas internacional es el acuerdo de voluntades celebrado entre partes domiciliadas en países diferentes, a través de la cual se transfiere mercancías que serán transportadas a otro país teniendo como contraprestación el pago de un precio.

Mediante la conformidad del cliente para el envío de la mercadería, se procederá a realizar un contrato entre la empresa Agrosnacks Export S.A.C. de Perú y la Distribuidora Trendy S.A.C. con sucursal en Santiago de Chile, toda la región Metropolitana y de Valparaíso, el producto a vender son snacks naturales elaborados a base de camotes.

5.2.2 Negociación de condiciones de compra venta

La empresa Agrosnacks Export S.A.C. procederá a realizar contratos de negociación, con la finalidad de planificar las futuras ventas estableciendo una relación de negocios con el cliente. Así mismo, la empresa buscará fidelizar a los clientes a través de una buena relación con ellos, brindándoles productos de buena calidad, en buen estado y cumpliendo las entregas el tiempo pactado, con la finalidad de lograr un nivel de confianza a largo plazo.

Cultura para hacer negocios con Chile

Según ProEcuador, (2017), para hacer negociaciones con Chile deberán tomarse en consideración los siguientes aspectos:

- Es recomendable pactar una cita previa con el cliente chileno, se recomienda solicitarla con dos semanas de anticipación y reconfirmar. Es difícil que se hagan operaciones enviando catálogos o a través de Internet, sin que exista un contacto personal.

Ante ello, el chileno tiene que evaluar personalmente a la persona con la que va a hacer negocios y ver físicamente el producto antes de tomar la decisión de compra.

- Los chilenos mantienen la formalidad en todo lo que hacen, un firme apretón de manos acompañado por una sonrisa es normal en los encuentros de negocios.
- La puntualidad es muy importante en las negociaciones, los chilenos son muy puntuales en los horarios pactados, ser puntual en las reuniones permitirá que el cliente gane confianza lo cual contribuye a cerrar un trato.
- Los chilenos tienen un sentido inherente de la cortesía que a veces los hace decir directamente lo que piensan, les importa mucho saber que escuchan y entienden lo que ellos quieren decir más que lo que en realidad uno tiene por ofrecerles.
- En lo posible tratar de establecer una relación de amistad, mostrar amabilidad y respeto son cualidades muy apreciadas, evitar a toda costa conductas o actitudes agresivas. Los empresarios chilenos tienden a ser serios, estrictos negociadores, es por eso que se debe ser específico en las prioridades, términos y condiciones de la transacción.

5.2.3 Elaboración de contratos adecuados al plan de negocios

La empresa Agrosnacks Export S.A.C. realizará un contrato de compraventa internacional bajo el acuerdo de las condiciones de la Convención de Viena. Así mismo este contrato será previamente revisado y aprobado por el importador antes de la emisión final.

**CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL:
EXPORTACIÓN DE SNACKS NATURALES ELABORADOS A BASE DE
CAMOTES**

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: Agrosnacks Export S.A.C., empresa constituida bajo las leyes de Perú, inscrita en la ficha 1840493 en el Registro de Empresas, señalando domicilio para efectos del presente contrato en la Av. Micaela Bastidas 128, distrito de Ventanilla-Callao, debidamente representada por la Srta. Yacira Acuña Villanera, identificada con DNI: 47778492 a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de la otra parte Distribuidora Industria de Alimentos Trendy S.A., inscrito en la Partida N° 637890 del Registro de Personas Jurídicas, debidamente representado por su Gerente General Don Sebastián Gonzales Quilicoa, identificado con DNI N° 67895431, señalando domicilio para efectos del contrato en Calle Simón Bolívar N° 342 Cerro Esperanza en Valparaíso, Santiago de Chile, a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

GENERALIDADES

CLAUSULA PRIMERA:

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

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

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

- a) La Convención de las Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Productos (Convención de Viena de 1980, en adelante referida como CISG, por sus siglas en Inglés) y,
 - b) En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.
- 1.3. Cualquier referencia que se haga a términos del comercio (Como FOB, CIF, EXW, FCA, etc.) estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.
 - 1.4. Cualquier referencia que se haga a la publicación de la Cámara de Comercio Internacional, se entenderá como hecha a su versión actual al momento de la conclusión del contrato.
 - 1.5. Ninguna modificación hecha a este contrato se considerará válida sin el acuerdo por escrito entre las Partes.

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

- 2.1. Es acordado por las Partes que **EL VENDEDOR** deberá cumplir con las siguientes condiciones:
 - Mercadería: Snacks naturales elaborados a base de camotes.
 - Presentación: Será presentado como envase primario, bolsa de polipropileno cuyo peso neto es de 40 GR y contenido en un envase secundario, caja de cartón corrugado de primer uso (debidamente rotulado).
 - Cantidad: 19 200 bolsas de snacks. (480 cajas por embarque)

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

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

PLAZO DE ENTREGA

CLAUSULA TERCERA:

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

PRECIO

CLAUSULA CUARTA:

Las Partes acuerdan que el precio por unidad es de \$ 0.56 dólares americanos y la cantidad pactada para el primer embarque son de 19, 200 unidades dando un monto de US\$ 10,752 dólares americanos por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador.

El precio ofrecido es sobre la base del Incoterms FOB (“Free on Board”) y el envío se hará por vía marítima.

CONDICIONES DE PAGO

CLAUSULA QUINTA:

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por **EL COMPRADOR** a **EL VENDEDOR** deberá realizarse a través de una carta de crédito.

La carta de crédito estará a cargo por el SCOTIABANK, que incluye los intereses compensatorios a una Tasa Efectiva Mensual de \$80

Ambas partes dejan expresa constancia de que el precio pactado por la adquisición de la mercancía, materia del presente contrato equivale al valor de las mismas, renunciando en

forma irrevocable al ejercicio de cualquier acción o pretensión que tenga por objeto cuestionar dicho precio.

La carta de crédito es requerida y pagada por el importador, pero el pago va a ser negociado y pagado en 50% por ambas partes. Asimismo, en caso que el precio no sea pagado dentro del plazo acordado por las partes, se ejecutará automáticamente la Carta de Crédito por parte de **EL VENDEDOR**, a fin de garantizar el pago de la mercancía vendida y embarcada al punto de embarque determinado por **EL COMPRADOR**.

INTERÉS EN CASO DE PAGO RETRASADO

CLAUSULA SEXTA:

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

RETENCIÓN DE DOCUMENTOS

CLAUSULA SÉPTIMA:

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

TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

CLAUSULA OCTAVA:

Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS acordado.

El modo de entrega de la mercancía en el presente contrato será a través del FOB Callao (Free on Board), donde **EL VENDEDOR** realiza la entrega cuando la mercancía se encuentra a bordo del buque en el puerto de embarque convenido. Ello significa que, **EL**

COMPRADOR debe soportar todos los costos y riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde aquel punto.

EL VENDEDOR debe entregar la mercancía a bordo del buque designado por **EL COMPRADOR** en la fecha o dentro del plazo acordado, en el puerto de embarque convenido.

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

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

EL COMPRADOR debe contratar el transporte de las mercancías desde el puerto de embarque convenido.

RETRASO DE ENVIOS

CLAUSULA NOVENA:

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

INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS

CLAUSULA DECIMA:

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

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

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

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

- a). Reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún costo adicional para el comprador; o.
- b). Reintegrar a **EL COMPRADOR** el precio pagado por los productos sujetos a inconformidad.

COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES

CLAUSULA DECIMO PRIMERA:

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

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

CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR

CLAUSULA DECIMO SEGUNDA:

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

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

RESOLUCIÓN DE CONTROVERCIAS

CLAUSULA DECIMO TERCERA:

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

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

ENCABEZADOS

CLAUSULA DECIMO CUARTA:

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

NOTIFICACIONES

CLAUSULA DECIMO QUINTA:

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

ACUERDO INTEGRAL

CLAUSULA DECIMO SEXTA:

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

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

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de Lima, a los 30 Días del mes de Enero de 2018.

.....

EL VENDEDOR

.....

EL COMPRADOR

5.3 Elección y aplicación del Incoterm

Para la exportación de los snacks de camotes, la empresa Agrosnacks Export S.A.C. utilizará el Incoterm 2010 FOB. Para ello, se hizo un análisis previo acerca de las exportaciones que realizaron las empresas en el año 2016 a Chile bajo la misma partida y también se realizó el mismo análisis acerca de la competencia en mercado de Destino.

Tabla 93: Empresas que exportan la partida 2005.99.9000 de la Región de Valparaíso

PAIS	Suma de US\$ FOB	Suma de Cantidad
CHILE	472666,73	35235
VALPARAISO	472666,73	35235
MARITIMO	472666,73	35235
2005999000	472666,73	35235
AGROINDUSTRIAS AIB S.A	22695	1490
DANPER TRUJILLO S.A.C.	720	80
GANDULES INC SAC	360296,52	26607
INKA CROPS S.A.	16747,2	870
RECURSOS INTEGRADOS SOCIEDAD ANONIMA	23602,5	1410
SOCIEDAD AGRICOLA VIRU S.A.	48605,51	4778
Total general	472666,73	35235

Fuente: Elaboración Propia en base a ADEX DATA TRADE

Como podemos observar en la Tabla N^a 93 se puede analizar que las empresas que exportan la misma partida se acogen al Incoterm FOB mediante vía marítima.

Tabla 94: Vía de Transporte de Villa Natura Perú S.A.C

Razón Social	País	Vía de transporte	Partida	Descripción Comercial	US\$ FOB
VILLA NATURA PERU S.A.C	CHILE	MARITIMO	2005999000	TOTTUS CAMOTE EN HOJUELAS BL X 150 G CAJA X 24 UND	4.375,80

Fuente: Elaboración Propia en base a ADEX DATA TRADE

Como podemos observar en la Tabla N^a 94, nuestra competencia directa que es la empresa Villa Natura S.A.C ofrece en las mismas condiciones la entrega de la mercadería y se acoge al Incoterm FOB mediante vía marítima.

Una vez analizado ello, la empresa Agrosnacks Export S.A.C. decide acogerse al Incoterm FOB 2010, es decir que el vendedor entrega la mercadería en el buque designado por el importador en el puerto de embarque designado. 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.

De acuerdo a Santander Trade Portal, (2017), existe una definición de términos importante para brindar mayor detalle del término FOB a fin de que cada involucrado conozca cuáles son las responsabilidades adquiridas de cada participante:

- **VENDEDOR:** Es la persona responsable de poner a disposición la mercancía, en el puerto de embarque designado, a bordo del buque escogido por el comprador, y efectuar los trámites de aduana para la exportación, si fuesen necesarias. En este tipo de contrato, el vendedor cumple con su obligación de entrega cuando la mercancía está a bordo del buque en el puerto de embarque designado o, en el caso de las ventas sucesivas, el vendedor consigue las mercancías así entregadas para su transporte hasta su destino designado e indicado en el contrato de venta.
- **COMPRADOR:** Es la persona responsable de escoger el buque, pagar el flete marítimo y el seguro, además de ser responsable de las formalidades a la llegada de la mercancía. Es decir, en este Incoterm el comprador asume todos los gastos y riesgos de pérdida o de deterioro que pueda ocurrirle a la mercancía desde el momento en que fue entregada.

El vendedor de ser el caso, debe proporcionar al comprador todo documento o información relacionada con la seguridad necesaria para la exportación y/o la importación de sus mercancías y/o para su transporte a su destino final. Los documentos entregados y/o la ayuda prestada corren por cuenta y riesgo del comprador.

A continuación, se muestra una tabla resumen de las responsabilidades del vendedor y comprador según FOB.

Tabla 95: FOB responsabilidades vendedor y comprador

FORMULACIONES FOB	CARGOS	RIESGOS
Embalaje	V	V
Antes de la entrega de la mercancía al Aduana exportación	V	V
Aduana exportación	V	V
Manutención transporte principal (carga)	V	V
Transporte principal	C	C
Seguro transporte	C	C
Manutención transporte principal (descarga)	C	C
Aduana importe	C	C
Al finalizar la ruta	C	C

Fuente: Portal de Santander Trade

Como ya se había mencionado anteriormente y según se aprecia en la Tabla N° 95, las responsabilidades del vendedor llegan hasta la “manutención transporte principal”, luego de esto es el comprador quien asume todos los gastos como el transporte principal, seguro de transporte entre otros.

5.4 Determinación del medio de pago y cobro

Las transacciones comerciales internacionales, se encuentran condicionadas a los medios de pago que se realiza entre el exportador e importador. Tanto para los exportadores como importadores existe una constante inquietud en obtener un equilibrio entre la seguridad del cobro de la mercadería exportada y la adecuada recepción por parte del importador y los costos que implica la operación de cobranza internacional.

La empresa se acogerá a la Carta de Crédito de Exportación.

- **Carta de Crédito de Exportación:**

Es el medio de pago internacional mediante el cual el banco del importador a solicitud de este, (comprador u ordenante), se compromete a pagar – a la vista o a plazo – a un

exportador (vendedor ó beneficiario) una cantidad determinada, siempre y cuando se cumplan todos los términos y condiciones de la carta de crédito. Esta es la modalidad más segura para el exportador porque el banco del importador es quien asume la obligación de pago.

En términos generales, existen dos modalidades de cobro posibles para el exportador cuando tiene una carta de crédito a su favor:

- ✚ **Pago a la vista:** El exportador recibe el pago, cuando el banco confirmador verifica y comunica que los documentos de la exportación satisfacen completamente los términos y condiciones de la carta de crédito.
- ✚ **Pago a plazo:** Bajo esta modalidad, el exportador otorga financiamiento al importador, en un plazo que generalmente oscila entre los 30 y 180 días, transcurridos desde la fecha de embarque, factura o presentación de los documentos al banco corresponsal.

En la siguiente imagen, se resume los pasos a seguir para realizar el medio de pago de una carta de crédito llevada a cabo por un exportador e importador:

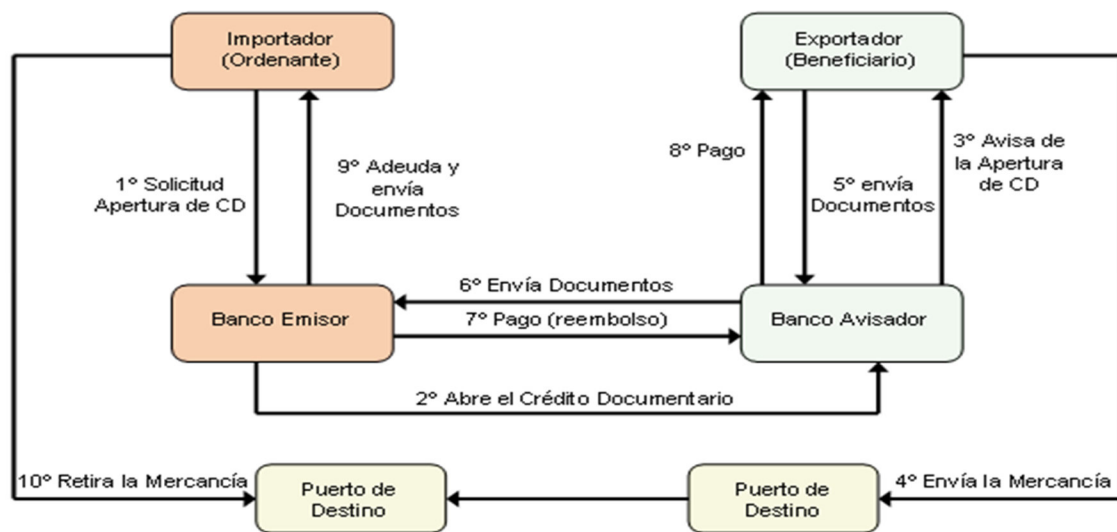


Figura 31: Flujograma del Medio de Pago de la Carta de Crédito

Fuente: Portal Santander Trade

Debido a las razones explicadas anteriormente, la empresa Agrosnacks Export S.A.C acogerá como medio de pago la carta de crédito, el cual será: Irrevocable, confirmada y a la vista. La empresa solicitará la carta de Crédito al Banco Scotiabank, el cual nos cobra en interés el monto de \$80. **Se puede observar en el anexo N°10.**

- **Irrevocable:** Una vez emitida la carta de crédito no puede modificarse o cancelarse sin el consentimiento de todas las partes.
- **Confirmado:** El banco del exportador (avisador) añade su compromiso de pago irrevocable al del banco del importador (emisor)
- **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 Agrosnacks Exportar S.A.C. se acogerá al régimen de exportación definitiva. Según Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, (2013), menciona que la exportación definitiva es el régimen aduanero que permite la salida de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afectada a tributo alguno.

Cuando el monto de lo exportado supera los US\$ 5,000 requiere contratar los servicios de una Agencia de Aduanas, que tramitará el despacho en su representación, presentando el formato de Declaración Aduanera de Mercancía (DAM) y toda la documentación pertinente.

5.6 Gestión aduanera del comercio internacional

Declaración Aduanera de Mercancías con Datos Provisionales (DAM 40)

- **Transmisión electrónica**

La destinación aduanera de la mercancía es solicitada por el despachador de aduana a la administración aduanera, mediante transmisión electrónica de la información de los

datos provisionales contenida en la Declaración Aduanera de Mercancías con el código de régimen 40 a la Intendencia de Aduana en cuya jurisdicción se encuentra la mercancía.

- **Numeración de la DAM**

El SIGAG valida la información (RUC, SPN, código del país de destino, código del depósito temporal y cuando corresponda el nombre y domicilio del consignatario); de ser conforme, numera la Declaración Aduanera de Mercancías para que el despachador de aduana proceda a imprimir la DAM para el ingreso de la mercancía a la Zona Primaria.

- **Ingreso de la Mercancía a Zona Primaria**

El despachador de aduana ingresa la mercancía a un depósito temporal como requisito para la asignación del canal de control de la DAM. En aquellas circunscripciones aduaneras que no cuenten con depósito temporal la mercancía debe ser puesta a disposición de la Administración Aduanera en los lugares que ésta señale, a fin de que el funcionario aduanero responsable del lugar autorizado asigne el canal de control.

- **Asignación del Canal de Control**

El Depósito Temporal transmite al SIGAD la información de la recepción de las mercancías dentro de las dos (02) horas contadas a partir de lo que suceda último: la recepción de la totalidad de la mercancía o la presentación de la DAM; de ser conforme, asigna el canal de control rojo (sujeta a reconocimiento físico) o naranja (mercancía expedita para su embarque), caso contrario comunica por el mismo medio al depósito temporal o al despachador de aduana para las correcciones pertinentes.

- **Reconocimiento físico**

El reconocimiento físico se efectúa en presencia del exportador y/o despachador de aduana y/o representante del depósito temporal cuando corresponda, debiendo el despachador de aduana presentar la DAM acompañada de las autorizaciones especiales de corresponder.

En aquellos casos que el despachador de aduana no se presente al reconocimiento físico programado, la Administración Aduanera podrá realizarlo de oficio.

- **Del Embarque**

El embarque de la mercancía se debe efectuar dentro de los treinta (30) días calendario contados a partir del día siguiente de la numeración de la DAM. En el caso de mercancías que no ingresan a un depósito temporal, el exportador, el consignante o el despachador de aduana transmiten la relación detallada. El SIGAD valida dicha información y de ser conforme numera la autorización de embarque.

El Transportista verifica el embarque de la mercancía y anota en la casilla 14 de la DAM, la cantidad de bultos efectivamente embarcados, peso bruto total, fecha y hora de inicio como término del embarque, culminando su actuación con su sello y firma.

El embarque de las mercancías de exportación podrá efectuarse por una Aduana distinta a aquella en la que se numeró la DAM, para lo cual, el despachador de aduana deberá transmitir el código de la intendencia de aduana de salida.

5.7 Gestión de las operaciones de exportación: Flujograma

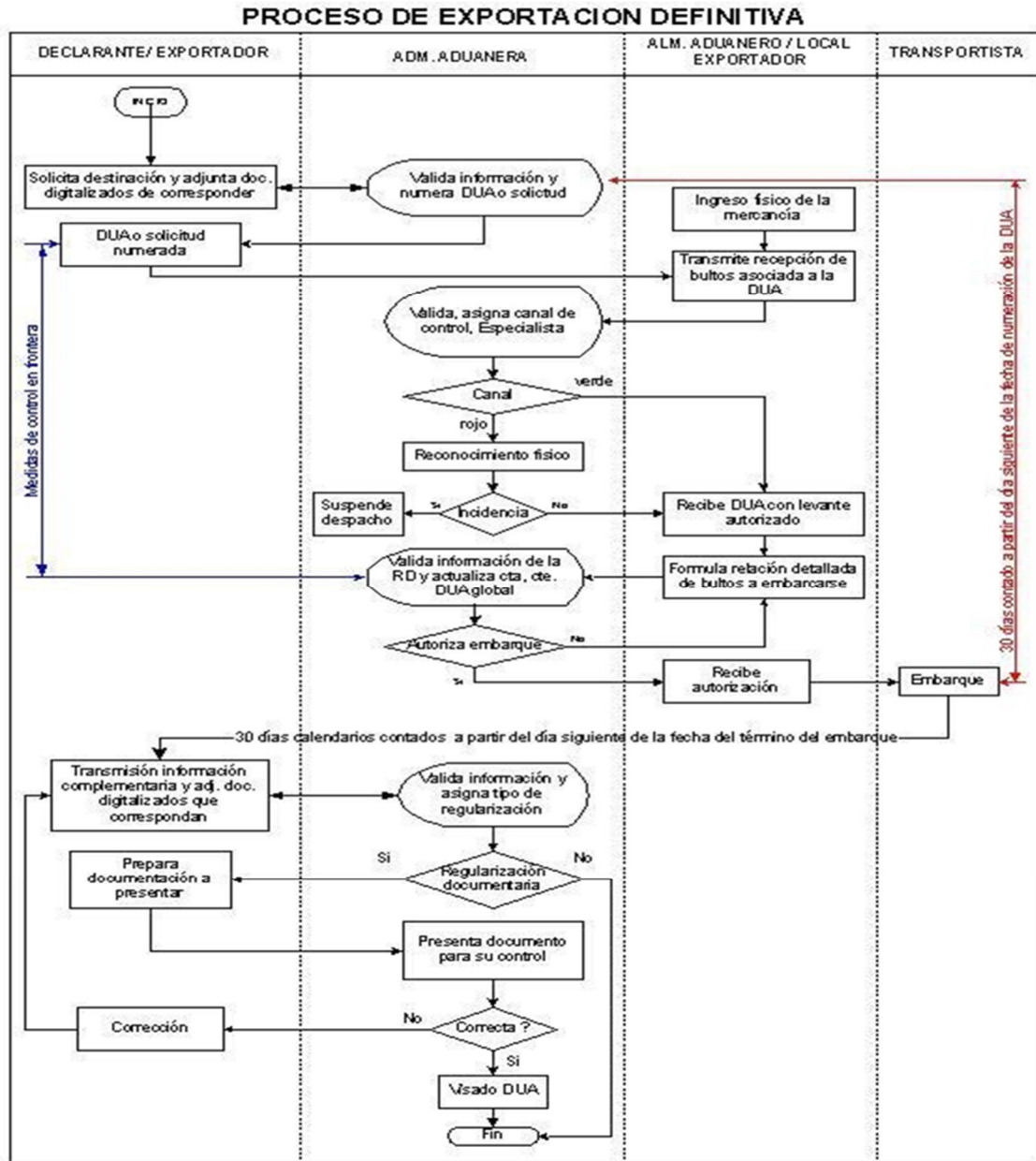


Figura 32: Flujograma de Exportación Definitiva

Fuente: SUNAT

6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1 Inversión Fija

6.1.1 Activos Tangibles

Tabla 96: Activos tangibles

(Expresado en soles)

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo
Muebles y enseres			
Escritorios	4	300.00	1,200
Sillas giratorias	4	150.00	600
Muebles de espera	2	1000.00	2,000
Estante de madera	5	250.00	1,250
Mesas (mesa de centro y comedor)	2	500.00	1,000
Equipos			
Computadoras	4	1300.00	5,200
Ventiladores	3	150.00	450
Impresora Multifuncional	1	1400.00	1,400
Microondas	1	350.00	350
COSTO DE EQUIPOS Y MAQUINARIAS			13,450

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 96 se puede observar la inversión de los activos tangibles que se comprará con el propósito de utilizarlos en las actividades que desarrolla la empresa y no son para la venta. Está constituido por muebles, enseres; y equipo.

6.1.2. Activos Intangibles

Tabla 97: Activos intangibles

(Expresado en soles)

Datos de Inversión	Inversión
Diseño de página web	1,000.00
Marca	632.40
Constitución de empresa	473.00
Licencia de funcionamiento	275.20
Garantía de local	3,600.00
Código de Barra	200.00
INVERSIÓN INTANGIBLE	6,780.60

Fuente: Elaboración Propia

6.2 Capital de Trabajo

Tabla 98 Capital de trabajo

(Expresado en soles)

Capital de trabajo en soles

Concepto	Costo unitario	Costo mensual	Costo Trimestral
Total capital de trabajo		58,023	104,537
Capital de trabajo		48,023	94,537
Caja		10,000	10,000
COSTO DE PRODUCTO TERCERIZADO		12,059.76	36,179.28
Costo de producto tercerizado (unidad)	0.40	7,680	23,040
Materia Prima (kilogramos)	0.51	671	2,014
Costo de envase (unidad)	0.12	2,304	6,912
Costo de caja (cartón corrugado) (unidad)	0.70	336	1,008
Transporte de materia prima de (kilogramos)	0.40	527	1,580
Transporte del maquilador hacia almacén (kilogramos)	0.37	542	1,625
GASTO DE PERSONAL		6,750.00	20,250.00
Gerente General	2,300	2,300	6,900
Asistente de logística	1,200	1,200	3,600
Asistente Comercial	1,200	1,200	3,600
Asistente de finanzas	1,200	1,200	3,600
Auxiliar de almacén y limpieza	850	850	2,550
MATERIALES INDIRECTOS		100.50	251.50
Recogedor (unidad)	7.00	7.00	7.00
Escoba (unidad)	9.00	9.00	9.00
Jabón líquido (bolsa)	13.00	26.00	78.00
Paños (paquete)	9.00	9.00	9.00
Lejía (galón)	7.50	7.50	22.50
Papel Higiénico (paquete por 4 rollos)	42.00	42.00	126.00
GASTOS FIJOS		1,430.00	4,290.00
Pago de alquiler de local	1,200	1200.00	3,600
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	230	230.00	690
COSTO DE EXPORTACIÓN		2,041.91	6,125.73
Seguro de carga	220.11	220.11	660
Transporte del almacén hacia puerto	202.63	202.63	608

Certificado de origen	25.00	25.00	75
Derechos de embarque	160.00	160.00	480
Transmisión electrónica	40.00	40.00	120
Trámite documentario	101.32	101.32	304
Gasto administrativo	24.00	24.00	72
V°B - Agentes portuarios	277.08	277.08	831
Agenciamiento de Aduanas	242.77	242.77	728
Gastos Operativos	110.00	110.00	330
Aforo físico	140.00	140.00	420
Gastos de Almacén	180.00	180.00	540
Carta de Crédito	264.00	264.00	792
Strech film	15.00	15.00	45
Manipuleo de la carga	40.00	40.00	120
GASTOS ADMINISTRATIVOS		1,032.00	2,832.00
Hojas bond (millar)	13.00	13.00	13
Folder de palanca (unidades)	5.00	40.00	40
Lapiceros (cajas)	10.00	20.00	20
Lápices (caja)	9.00	9.00	9
Perforador (unidades)	5.50	22.00	22
Engrampador (unidades)	7.00	28.00	28
Control de calidad	600.00	600.00	1,800
Contabilidad	300.00	300.00	900
GASTOS DE VENTAS		24,608.83	24,609
Página web	400	400	
Espacio en la feria (Stand)	7500	7500	
Decoración del Stand	2500	2500	
Pasaje Aéreo	1050	1050	
Hospedaje	1000	1000	
Movilidad	350	350	
Alimentación	500	500	
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	3500	3500	
Google adword	2916	2916	
Rueda de negocio	1850	1850	
Comisionista	3043	3043	

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 98 se puede observar el cálculo detallado para la inversión en el capital de trabajo. Para ello, debemos calcular cuánto es la inversión que se necesita para hacer frente a los principales egresos operativos hasta que los ingresos puedan cubrir los egresos de los primeros 04 meses.

6.3 Inversión Total

Tabla 99: Inversión total

(Expresado en soles)

Datos de inversión	Inversión
Diseño de página web	1,000.00
Marca	632.40
Constitución de empresa	473.00
Licencia de funcionamiento	275.20
Garantía de local	3,600.00
Código de Barra	200.00
INVERSIÓN INTANGIBLE	6,780.60
Equipos y maquinaria	7,400.00
Muebles y enseres	6,050.00
INVERSIÓN TANGIBLE	13,450.00
CAPITAL DE TRABAJO	104,537.34
INVERSIÓN TOTAL	
Inversión tangible	13,450.00
Inversión intangible	5,980.60
Capital de trabajo	104,537.34
TOTAL	124,767.94

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 99 se detallan las inversiones requeridas para la comercialización del producto. Los montos están expresados en soles. El total de dinero a invertir para los activos tangibles será S/. 13,450.00; la inversión para los activos intangibles será S/. 6,780.60 y el capital de trabajo que considera aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar tiene el monto de S/. 124,767.94

En base a la información detallada anteriormente, la inversión total requerida para este proyecto es de S/. 124,767.94. Se puede observar que el mayor porcentaje de dinero está representado por el capital de trabajo con un 83.8% del total, asimismo los activos tangibles representan el 10.8% del total y los activos intangibles el 5.4% del total.

6.4 Estructura de Inversión y Financiamiento

Tabla 100 Estructura de financiamiento de la inversión
(Expresado en soles)

Datos de financiamiento

% Aporte propio	37%
% Financiado	63%
Préstamo a mediano plazo	78,604
Aporte propio	46,164
TOTAL	124,768

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 100 se puede observar la estructura de financiamiento de la empresa, que se constituye por el aporte de capital propio de 37%, necesario para poder comercializar el producto; con lo cual se deduce que el 63% restante será financiado con un préstamo. El aporte de capital propio es de S/. 46,164 mientras que el financiado por un préstamo bancario es de S/. 78,604.

Tabla 101: Flujo de caja de deuda

(Expresado en soles)

Meses	Saldo deudor	Interés	Amortización	Renta	Ahorro tributario	Servicio de deuda
0	78,604				Escudo Fiscal	
1	77,612	1,567.11	992.22	2,559	23.51	2,535.83
2	76,600	1,547.33	1,012.01	2,559	23.21	2,536.13
3	75,567	1,527.15	1,032.18	2,559	22.91	2,536.43
4	74,515	1,506.58	1,052.76	2,559	22.60	2,536.74

5	73,441	1,485.59	1,073.75	2,559	22.28	2,537.05
6	72,346	1,464.18	1,095.16	2,559	21.96	2,537.37
7	71,229	1,442.35	1,116.99	2,559	21.64	2,537.70
8	70,089	1,420.08	1,139.26	2,559	21.30	2,538.04
9	68,928	1,397.36	1,161.97	2,559	20.96	2,538.38
10	67,742	1,374.20	1,185.14	2,559	20.61	2,538.72
11	66,534	1,350.57	1,208.77	2,559	20.26	2,539.08
12	65,301	1,326.47	1,232.87	2,559	19.90	2,539.44
13	64,043	1,301.89	1,257.45	2,559	19.53	2,539.81
14	62,761	1,276.82	1,282.51	2,559	19.15	2,540.18
15	61,453	1,251.25	1,308.08	2,559	18.77	2,540.57
16	60,119	1,225.17	1,334.16	2,559	18.38	2,540.96
17	58,758	1,198.57	1,360.76	2,559	17.98	2,541.36
18	57,370	1,171.45	1,387.89	2,559	17.57	2,541.77
19	55,954	1,143.77	1,415.56	2,559	17.16	2,542.18
20	54,511	1,115.55	1,443.78	2,559	16.73	2,542.60
21	53,038	1,086.77	1,472.57	2,559	16.30	2,543.04
22	51,536	1,057.41	1,501.93	2,559	15.86	2,543.48
23	50,004	1,027.47	1,531.87	2,559	15.41	2,543.92
24	48,442	996.93	1,562.41	2,559	14.95	2,544.38
25	46,848	965.78	1,593.56	2,559	14.49	2,544.85
26	45,223	934.01	1,625.33	2,559	14.01	2,545.33
27	43,565	901.60	1,657.74	2,559	13.52	2,545.81
28	41,874	868.55	1,690.79	2,559	13.03	2,546.31
29	40,150	834.84	1,724.49	2,559	12.52	2,546.81
30	38,391	800.46	1,758.88	2,559	12.01	2,547.33
31	36,597	765.40	1,793.94	2,559	11.48	2,547.86
32	34,767	729.63	1,829.71	2,559	10.94	2,548.39
33	32,901	693.15	1,866.19	2,559	10.40	2,548.94
34	30,998	655.95	1,903.39	2,559	9.84	2,549.50
35	29,056	618.00	1,941.34	2,559	9.27	2,550.07
36	27,076	579.29	1,980.04	2,559	8.69	2,550.65
37	25,057	539.82	2,019.52	2,559	8.10	2,551.24
38	22,997	499.55	2,059.78	2,559	7.49	2,551.84
39	20,896	458.49	2,100.85	2,559	6.88	2,552.46
40	18,753	416.60	2,142.73	2,559	6.25	2,553.09
41	16,568	373.89	2,185.45	2,559	5.61	2,553.73
42	14,339	330.31	2,229.02	2,559	4.95	2,554.38
43	12,066	285.87	2,273.46	2,559	4.29	2,555.05
44	9,747	240.55	2,318.79	2,559	3.61	2,555.73

45	7,382	194.32	2,365.02	2,559	2.91	2,556.42
46	4,970	147.17	2,412.17	2,559	2.21	2,557.13
47	2,509	99.08	2,460.26	2,559	1.49	2,557.85
48	0	50.03	2,509.31	2,559	0.75	2,558.59

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 101 se observa el flujo de caja de deuda del préstamo de Agrosnacks Export S.A.C., el cual se constituye por el saldo deudor. Se define como saldo deudor al préstamo que a medida se avance con los pagos se irá disminuyendo conforme se amortice la deuda. La renta que es constante a lo largo de todo el periodo se constituye por la suma del interés y la amortización.

La empresa cree conveniente financiar parte de la inversión total ya que se obtendrá mayor rentabilidad de lo invertido con el capital propio, es decir tener apalancamiento financiero. Además de aprovechar el escudo fiscal que esto nos brindaría, ya que al adquirir un préstamo bancario se tendrían que pagar intereses como el costo de financiamiento, lo cual se deduce 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 del impuesto.

6.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito

Tabla 102: Créditos - capital de trabajo para microempresas

Moneda Nacional	CM-Huancayo	CM-Trujillo	CM-Lima
Tasa efectiva anual (Capital de trabajo)	27.23%	26.73%	35.64%

Fuente: Elaboración propia en base a Cajas Municipales

Para la Tabla N° 102, se llevó a cabo una investigación dentro de las principales cajas municipales financieras en el mercado, de las tasas efectivas para inversión del capital de trabajo. **Se detalla en el anexo N°11.**

Al ser Agrosnacks Export S.A.C. una empresa que recién inicia sus operaciones y al no contar con un historial crediticio, resulta complicado que la entidad financiera pueda otorgar un préstamo, por ello la empresa vio por conveniente realizar un préstamo con el aval financiero de un familiar. En este caso, “el familiar” al ser empresario y cliente del banco, cuenta con un historial crediticio que permitirá avalar a la empresa con un préstamo, que se convierte en una estrategia para poder financiar la inversión que se requiere.

Los requisitos para el préstamo son:

- Copia del documento de identidad de titular y cónyuge
- Copia del R.U.C.
- Licencia de funcionamiento o boletas de compra de mercadería (y otros documentos que solicite el asesor financiero)
- Copia del último recibo de luz, agua o teléfono (sólo uno de ellos)
- En caso de no contar con vivienda propia, se solicitará el aval.

Tabla 103 Condiciones de crédito

(Expresado en soles)

Préstamo	78,604
Tiempo (mensual)	48
Tasa interés mensual	1.99%
Periodo de gracia con pago de intereses	0
Valor de la Cuota	2,559

Fuente: Elaboración propia en base a Cajas Municipales

En la Tabla N° 103 se puede observar las características del préstamo de la empresa, la cual se constituye por un préstamo bancario de S/. 78, 604 en cuatro años, con un costo efectivo mensual del 1.99% y anual de 26.73% no cuenta con periodo de gracia y el valor de la cuota es de S/. 2,559. Cabe mencionar, la tasa elegida a financiar por la empresa es de la Caja Municipal de Trujillo.

6.6 Presupuesto de Costos

- **Costos Directos:**

Tabla 104 Costos de producto tercerizado

(Expresado en soles)

Años	2018	2019	2020	2021	2022
Costo de compra de producto tercerizado	108,537.84	117,870.87	129,225.55	143,010.59	159,745.26
Costos de exportación	18,377.19	19,204.87	20,247.74	21,537.42	23,005.73
Costo de venta	126,915.03	137,075.74	149,473.29	164,548.01	182,750.99

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 105: Costos de exportación

(Expresado en soles)

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Seguro de carga	1,980.99	2,080.04	2,204.84	2,359.18	2,534.90
Transporte del almacén hacia puerto	1,823.67	1,823.67	1,823.67	1,823.67	1,823.67
Certificado de origen	225.00	236.25	250.43	267.95	287.91
Derechos de embarque	1,440.00	1,512.00	1,602.72	1,714.91	1,842.64
Transmisión electrónica	360.00	378.00	400.68	428.73	460.66
Trámite documentario	911.88	957.47	1,014.92	1,085.97	1,166.85
Gasto administrativo	216.00	226.80	240.41	257.24	276.40
V°B - agentes portuarios	2,493.72	2,618.41	2,775.51	2,969.80	3,190.99
Agenciamiento de aduanas	2,184.93	2,294.18	2,431.83	2,602.05	2,795.86
Gastos operativos	990.00	1,039.50	1,101.87	1,179.00	1,266.81
Aforo físico	1,260.00	1,323.00	1,402.38	1,500.55	1,612.31
Gastos de almacén	1,620.00	1,701.00	1,803.06	1,929.27	2,072.97
Carta de crédito	2,376.00	2,494.80	2,644.49	2,829.60	3,040.36
Strech film	135.00	141.75	150.26	160.77	172.75
Manipuleo de la carga	360.00	378.00	400.68	428.73	460.66
TOTAL	18,377.19	19,204.87	20,247.74	21,537.42	23,005.73

Fuente: Elaboración propia

- **Costos Indirectos:**

Tabla 106: Materiales indirectos

(Expresado en soles)

Materiales de limpieza	2018	2019	2020	2021	2022
Útiles de limpieza	620.00	621.03	622.07	623.10	624.14
TOTAL DE MATERIALES INDIRECTOS	620.00	621.03	622.07	623.10	624.14

Fuente: Elaboración propia

Tabla 107: Gastos de personal

(Expresado en soles)

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Gerente General	26,552.14	28,145.27	29,833.98	31,624.02	33,521.46
Asistente de Logística	13,853.29	14,684.49	15,565.56	16,499.49	17,489.46
Asistente Comercial	13,655.52	14,474.85	15,343.34	16,263.94	17,239.78
Asistente de finanzas	13,681.58	14,502.47	15,372.62	16,294.98	17,272.67
Auxiliar de almacén y limpieza	9,691.56	10,273.05	10,889.44	11,542.80	12,235.37
GASTO DE PERSONAL TOTAL	77,434.08	82,080.13	87,004.94	92,225.23	97,758.75

Fuente: Elaboración propia

Tabla 108: Gastos fijos

(Expresado en soles)

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Pago de alquiler de local	14,400.00	14,544.00	14,689.44	14,836.33	14,984.70
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	2,760.00	2,854.60	2,952.44	3,053.64	3,158.30
TOTAL GASTOS INDIRECTOS	17,160.00	17,398.60	17,641.88	17,889.97	18,143.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 109: Gastos administrativos

(Expresado en soles)

	2018	2019	2020	2021	2022
Materiales de oficina					
Útiles de oficina	283.00	292.70	302.73	313.11	323.84
Control de calidad	5,400.00	5,670.00	6,010.20	6,430.91	6,945.39
Contabilidad	3,600.00	3,780.00	4,006.80	4,287.28	4,630.26
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	9,283.00	9,742.70	10,319.73	11,031.30	11,899.49

Fuente: Elaboración propia**Tabla 110: Gastos de ventas**

(Expresado en soles)

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Página web	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
Espacio en la feria (Stand)	7500.00	8250.00	9075.00	9982.50	10980.75
Decoración del Stand	2500.00	2750.00	3025.00	3327.50	3660.25
Pasaje Aéreo	1050.00	1155.00	1270.50	1397.55	1537.31
Hospedaje	1000.00	1100.00	1210.00	1331.00	1464.10
Movilidad	350.00	385.00	423.50	465.85	512.44
Alimentación	500.00	550.00	605.00	665.50	732.05
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	3500.00	3850.00	4235.00	4658.50	5124.35
Google adword	2916.00	3207.60	3528.36	3881.20	4269.32
Rueda de negocio	1850.00	2035.00	2238.50	2462.35	2708.59
Comisionista	3042.83	3347.11	3681.82	4050.01	4455.01
TOTAL GASTO DE VENTAS	24608.83	27029.71	29692.68	32621.95	35844.15

Fuente: Elaboración propia**6.7 Punto de Equilibrio****Tabla 111: Costos fijos**

(Expresado en soles)

Mano de obra indirecta	77,434
Materiales indirectos	620

Gastos indirectos de fabricación	17,160
Gastos administrativos	9,283
Gasto de ventas	24,609
Costo Financiero	17,409
COSTO FIJO TOTAL	146,515

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 111 se pueden observar los costos fijos en lo que la empresa incurrirá. Los costos fijos con aquellos costos que la empresa debe pagar de manera independiente de su nivel de operación, es decir, así venda o no la empresa debe pagarlos.

Tabla 112: Costos variables

(Expresado en soles)

Costo de fabricación	108,537.84
Costo de exportación	18,377.19
COSTO VARIABLE TOTAL	126,915.03

Fuente: Elaboración propia

Tabla 113: Costos totales

(Expresado en soles)

Costo Fijo	Costo variable	Costo Total
146,515	126,915	237,430

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 113 se observa el costo total en el que incurrirá Agrosnacks Export S.A.C. El costo total de la empresa está constituido por la suma del costo fijo y el costo variable que hacen un total de S/. 237,430 para el primer año.

Tabla 114 Estructura de precio

(Expresado en soles)

CVU	0.73
CFU	0.85
COSTO UNITARIO	1.58
Margen de ganancia	13%
Valor de venta	1.82
IGV	0.00
PRECIO DE VENTA FOB	1.82
Punto de equilibrio (En cantidad)	135,120
PUNTO DE EQUILIBRIO (EN DINERO)	245,756

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se calcula el punto de equilibrio para el producto:

Dónde:

Q = Cantidad en unidades

Pv = Precio de venta por unidad

CVU = Costo variable por unidad

CFT = Costo fijo total

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

Para cubrir los costos entonces:

Productos en un año: 172,800 unidades

Costo fijo total: S/.146, 515

Precio de venta: 1.82 por unidad

Costo variable unitario = 0.73

Desarrollando con la fórmula:

$$\frac{146,515}{1.82 - 0.73} = 135,120 \text{ unidades.}$$

Por lo tanto, la cantidad mínima que se debe comercializar en donde los ingresos son iguales a los egresos es 135,120 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: $135,120 * 1.82 = 245,918$

6.8 Presupuesto de Ingresos

Tabla 115: Ventas en los próximos años

(Expresado en soles)

Años	2018	2019	2020	2021	2022
VENTAS	314,287	330,002	349,802	374,288	404,231

Fuente: Elaboración propia

Según la Tabla N° 115, las ventas reflejan los cinco años proyectados de la evaluación del negocio. El valor representado por los ingresos por las ventas del primer año es de S/. 314,287 el cual se explica así:

Se exportará 10,368 kg que por la proporción que esta cantidad representa es de un total de 172,800 unidades a comercializar el primer año. A la par se ha evaluado el precio de venta por unidad y este es igual a S/. 1.82.

Luego de estas dos premisas ya podemos conocer nuestra venta del primer año, es decir, S/. 314,287

- 10,368 kg equivalen a exportar: 172,800 unidades al año

- Precio de venta: S/. 1.82
- Venta (año 1): Cantidad del producto * precio de venta = 314,496
- En el transcurso de los cuatro años restantes nuestra tendencia de crecimiento será de 5%, 6%, 7% y 8%.

Tabla 116: Saldo a favor del exportador

(Expresado en soles)

Años	0	2018	2019	2020	2021	2022
Costo de compra de producto		108,538	117,871	129,226	143,011	159,745
Gastos administrativos		9,283	9,743	10,320	11,031	11,899
Gasto de ventas		24,609	27,030	29,693	32,622	35,844
Materiales indirectos		620	621	622	623	624
TOTAL		143,050	155,264	169,860	187,287	208,113
IGV de ventas 18%		0	0	0	0	0
IGV Compras 18%		25,749	27,948	30,575	33,712	37,460
IGV de inversiones	3,642					
Diferencias de IGV	3,642	25,749	27,948	30,575	33,712	37,460
DEVOLUCIÓN DEL IGV		29,390	27,948	30,575	33,712	37,460

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 116 se observa el crédito fiscal que es la diferencia del I.G.V. de ventas menos el I.G.V. Sin embargo, por tratarse de una exportación, se exonera del pago de I.G.V. Por lo tanto, la diferencia del I.G.V. de ventas menos el I.G.V. de compras es el saldo a favor del exportador. La devolución del I.G.V. de compras se considera dentro de los ingresos en el estado de ganancias y pérdidas y también en el flujo de caja económico.

6.9 Presupuesto de egresos

Tabla 117: Tasa de inflación de los años 2012 al 2016

Año	2012	2013	2014	2015	2016
Tasa de inflación	2.86%	3.22%	4.40%	3.23%	3%

Fuente: Elaboración propia en base al Banco Central de Reserva del Perú (BCR)

Tabla 118: Tasa de Inflación

Tasa de Inflación	
Inflación	3.43%

Fuente: Elaboración propia

- **Costos Directos**

Tabla 119: Presupuesto proyectado de costos variables

(Expresado en soles)

Años	2018	2019	2020	2021	2022
Costo de compra de producto tercerizado	108,537.84	117,870.87	129,225.55	143,010.59	159,745.26
Costos de exportación	18,377.19	19,204.87	20,247.74	21,537.42	23,005.73
Costo de venta	126,915.03	137,075.74	149,473.29	164,548.01	182,750.99

Fuente: Elaboración propia

Tabla 120 Presupuesto proyectado de costos fijos

(Expresado en soles)

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Gastos de personal	77,434.08	82,080.13	87,004.94	92,225.23	97,758.75
Materiales indirectos	620.00	621.03	622.07	623.10	624.14
Gastos fijos	17,160.00	17,398.60	17,641.88	17,889.97	18,143.00
Gastos administrativos	9,283.00	9,742.70	10,319.73	11,031.30	11,899.49
Gasto de ventas	24,608.83	27,029.71	29,692.68	32,621.95	35,844.15
Total	129,105.91	136,872.18	145,281.30	154,391.56	164,269.51

Fuente: Elaboración propia

6.10 Flujo de caja proyectado

El flujo de caja o dinero en efectivo, es un informe financiero que muestra el flujo o movimiento de dinero que se recibe a través de los ingresos netos u otras fuentes y lo que

se gasta. El saldo de esta diferencia dará el flujo de efectivo excedente o deficiente, dependiendo si la cantidad de resultado es positiva o negativa.

6.10.1 Flujo de caja económico

Tabla 121: Flujo de caja económico

(Expresado en soles)

Período (años)	0	2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos Operativos		314,287	330,002	349,802	374,288	404,231
Egresos Operativos		260,735	278,898	300,002	324,554	353,084
Flujo de Caja Operativo		53,552	51,104	49,800	49,734	51,147
Inversiones en Activo Fijo Tangible	13,450					
Inversiones en Activos Fijo intangible	6,781					
Inversiones en Capital de Trabajo	104,537					104,537
Valor residual						3,425
Total flujo de Inversiones	124,768					107,962
Flujo de Caja Económico	-124,768	53,552	51,104	49,800	49,734	159,109

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 121 se observa el flujo de caja económico, el cual se constituye por los ingresos operativos menos los egresos operativos, detallados en el estado de ganancias y pérdidas.

6.10.2 Flujo de caja financiero

Tabla 122 Flujo de caja financiero

(Expresado en soles)

Flujo de Caja Económico	-124,768	53,552	51,104	49,800	49,734	159,109
Flujo de deuda						
- Ingresos por préstamos	78,604					
- Egresos por servicio de deuda		30,451	30,504	30,572	30,658	30,451

Total flujo de deuda	78,604	30,451	30,504	30,572	30,658	-
Total Flujo de Caja Financiero	-46,164	23,101	20,599	19,228.26	80,391	159,109

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 122, el flujo de caja financiero el cual incluye la deuda por préstamo, así también dentro del egreso por servicio a la deuda, está considerado el escudo fiscal por el ahorro tributario, que se encuentra mejor detallado en la Tabla N° 101.

6.11 Estado de Ganancias y Pérdidas

Tabla 123: Depreciación de activos tangibles

(Expresado en soles)

Concepto / Periodo	Valor inicial	Tasa Anual	1	2	3	4	5	Depreciac. Acumulada	valor residual
Computadoras	5,200.0	25%	1300.0	1300.00	1300.00	1300.00	0.00	5200.00	0
Impresora Multifuncional	1,400.00	25%	350.00	350.00	350.00	350.00	0.00	1400.00	0
Ventiladores	450.00	10%	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00	450.00	225
Microondas	350.00	10%	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	350.00	175
Muebles y enseres	6,050.0	10%	605.00	605.00	605.00	605.00	605.0	3025.00	3025
Total			2335.0	2335.00	2335.00	2335.00	685.0	10025.00	3425.00

Fuente: Elaboración propia en base a la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT)

Tabla 124 : Amortización de activos intangibles

(Expresado en soles)

Concepto / Periodo	Valor inicial	Tasa Anual	1	2	3	4	5
Amortización intangibles	5981	20%	1,196.12	1,196.12	1,196.12	1,196.12	1,196.12
Acumulado			1,196.12	2,392.24	3,588.36	4,784.48	5,980.60

Fuente: Elaboración propia en base a la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT)

Tabla 125 Depreciación y amortización

(Expresado en soles)

Años	1	2	3	4	5
Deprec +Amortización	3,531.12	3,531.12	3,531.12	3,531.12	1,881.12

Fuente: Elaboración propia

Tabla 126: Estado de ganancias y pérdidas

(Expresado en soles)

Estado de Ganancias y perdidas						
Periodo	0	2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos por ventas		314,287	330,002	349,802	374,288	404,231
Costo de venta		126,915	137,076	149,473	164,548	182,751
Utilidad bruta		187,372	192,926	200,328	209,740	221,480
Gastos de ventas		24,609	27,030	29,693	32,622	35,844
Gastos fijos		17,160	17,399	17,642	17,890	18,143
Gastos de personal		77,434	82,080	87,005	92,225	97,759
materiales indirectos		620	621	622	623	624
gastos administrativos		9,283	9,743	10,320	11,031	11,899
Depreciación y amortización		3,531	3,531	3,531	3,531	1,881
Utilidad operativa		54,735	52,523	51,516	51,817	55,329
Gastos Financieros		17,409	13,853	9,347	3,636	
Utilidad Ante de Impuestos		37,326	38,670	42,169	48,181	55,329
Impuesto a la renta		4,714	4,950	5,247	5,614	6,063
Utilidad neta		32,612	33,720	36,922	42,567	49,266

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 126 se muestra el estado de ganancias y pérdidas de Agrosnacks Export S.A.C. que inicia con el ingreso por ventas, esto quiere decir el monto total en soles de las ventas durante el periodo del cual se disminuye el costo de venta.

La utilidad bruta de S/. 187,372 que resulta en el primer año, representa el monto restante para cubrir los costos operativos, financieros y fiscales. Luego, los gastos operativos que incluyen los gastos de ventas, los gastos fijos, otros costos fijos, depreciación y amortización, y marketing se deducen de la utilidad bruta.

La utilidad operativa de S/. 54,735 que resulta en el primer año, representa la utilidad obtenida por vender los productos, este monto no considera los costos financieros ni fiscales. Después la empresa obtuvo S/. 37, 326 de utilidad neta antes de impuestos.

Posteriormente, se calculan los impuestos a las tasas fiscales adecuadas y se deducen para determinar la utilidad neta después de impuesto. La utilidad neta después de impuesto de Agrosnacks Export S.A.C. es de S/.36, 612.

6.12 Evaluación de la Inversión

6.12.1 Evaluación Económica

Tabla 127: Resultados económicos

VANE	S/. 50,384.33
TIRE	40.10%
B/C (FCE)	1.49

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 127, se observa la evaluación económica de la empresa y con ello 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 VANE igual a S/. 50,384.33 un TIRE de 40.10% y un beneficio/costo de 1.49, esto significa que se cumple la regla para que un proyecto sea rentable:

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

Tabla 128: Periodo de recuperación económica

(Expresado en soles)

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
FCE 0	-124,768	43,844	34,255	27,330	22,346	58,531
FCE 0 Acumulado		43,844	78,100	105,430	127,777	186,308

Fuente: Elaboración propia

Periodo de recuperación económica: 46 meses

En la Tabla N° 128 se observa el periodo de recuperación económica, y se tiene en cuenta el CPPC de 22.14%. Entonces, actualizando los flujos futuros al presente y teniendo en cuenta el CPPC, la inversión se recuperará en 46 meses.

6.12.2 Evaluación Financiera

Tabla 129: Resultados financieros

VANF	S/. 110,559.22
TIRF	69.12%
B/C (FCE)	3.75

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 129 se observa que por tratarse de un flujo de caja financiero el Vanf < Vane, Tirf > tasa de interés del banco, se produce un escudo fiscal para beneficio del inversionista. Entre los resultados que se obtuvieron de VANF igual a S/. 110,559.22, un TIRF de 69.12% y un beneficio/costo de 3.75; se concluye que el proyecto es muy rentable. De acuerdo con el análisis financiero, en ambos casos el proyecto es bueno, siendo la evaluación financiera quien presenta mejores resultados.

Tabla 130 Periodo de recuperación financiera

(Expresado en soles)

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
FCE	-46,164	20,086	15,573	12,640	45,948	79,071
FCE Acumulado		20,086	35,660	48,299	94,247	173,318

Fuente: Elaboración propia

Periodo de recuperación económica: 34 meses

En la Tabla N° 130 se señala el cuadro de periodo de recuperación financiera teniendo el costo de oportunidad de 15.01%. Asimismo, actualizando los flujos futuros al presente y teniendo en cuenta el costo de oportunidad, la inversión se recuperaría en 34 meses.

6.12.3 Evaluación Social

El presente proyecto es acerca de la comercialización, exportación de snacks naturales elaborados a base de camotes; que no genera ningún conflicto social, sino más bien, apoya positivamente a la economía del país al generar nuevos puestos de trabajo.

6.12.4 Impacto Ambiental

Agrosnacks Export S.A.C. es una empresa que exportará snacks naturales elaborados a base de camotes, siendo “respetuosa” con el medio ambiente, buscando criterios que permitan el desarrollo sostenible. Los residuos que pudieran acumularse, serán desechados de manera adecuada sin causar algún tipo de daño ni a personas ni al medio ambiente.

Los procesos realizados por la empresa, no presentan impacto alguno de manera negativa con el ambiente, por lo tanto, se considera que el plan de negocios, desde el punto de vista ambiental, es viable.

6.13 Evaluación de Costo oportunidad del capital de trabajo

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

El costo de oportunidad tiene implícito la relación riesgo retorno que existe en el mercado. Aplicado a este caso el retorno esperado está en función a los rendimientos del mercado que tiene la empresa y el riesgo es la variación que existe entre el retorno real y el esperado.

Tabla 131: Aporte Propio

(Expresado en soles)

Fuente	Porcentaje	Monto
Aporte propio	37%	46,164

Fuente: Elaboración propia

Nota: T/C 3.25

Se tiene un capital propio de S/. 46,1464 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 132: Cálculo del Beta Apalancado

D	63%
E	37%
d/e	170%
Tx	1.50%
beta	0.75
beta apalancado	2.00

Fuente: Elaboración propia**Tabla 133: Cálculo del Costo de Oportunidad por el método “capm”**

K_{proy}=	R_f+B(R_m-R_f)+R_p	
K_{PROY}	Costo de capital propio	15.01
R_f	Tasa libre de riesgo	1.93
B	Beta del sector	2.00
R_m - R_f	Prima por riesgo del mercado	6.55
R_p	Prima por riesgo país	0

Fuente: Elaboración propia

Ahora, se realizará el cálculo del 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)

Tabla 134: Cálculo del CPPC

- Capital	37.00%
- Deuda	63.00%
- Cok	15.01%
- Costo de la deuda	26.73%
- Tax Perú	1.50%
- WACC	22.14%

Fuente: Elaboración Propia

$$CPPK = \frac{D}{D+E} k_d (1-Tx) + \frac{E}{D+E} k_{proy}$$

$$CPPC = (63\% * 15.01\%) * (1.50-0.01) + (37\% * 26.73\%)$$

$$CPPC = 22.14\%$$

6.14 Cuadro de riesgo del tipo de cambio

El análisis de sensibilidad supone variaciones que afecten el presupuesto de caja. Por ejemplo, una disminución de un determinado porcentaje de ingresos por ventas o un aumento porcentual en los costos y/o gastos que podrían darse por un incremento en el tipo de cambio, lo cual es un escenario negativo para el importador. Si diera un incremento en el tipo de cambio, Agrosnacks Export S.A.C. podría utilizar el forward de divisas.

El fin del forward de divisas es administrar el riesgo en lo que se puede incurrir, por los posibles efectos negativos de la volatilidad del tipo de cambio en el flujo esperado de una empresa (comercio exterior) o en el valor del portafolio de un inversionista (una administradora de fondos de pensiones que posee activos denominados en moneda extranjera)

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

A continuación, se muestra un análisis de sensibilidad teniendo al tipo de cambio en diferentes escenarios y cómo afecta la variación al VAN, TIR y al B/C:

Tabla 135: Análisis de sensibilidad con tipo de cambio

(Expresado en soles)

TIPO DE CAMBIO	VANE	TIRE	B/C	VANF	TIRF	B/C
3.35	53,059.63	42%	1.57	116,429.68	73%	3.95
3.30	51,317.37	41%	1.52	112,606.61	70%	3.82
3.25	50,384.33	40.10%	1.49	110,559.22	69.12%	3.75
3.10	48,207.23	38%	1.43	105,781.97	66%	3.59
2.85	42,404.51	34%	1.26	93,048.96	58%	3.16

Fuente: Elaboración propia

Nota: T/C 3.25

En la Tabla N° 135 se muestra el análisis de sensibilidad y cómo el tipo de cambio impacta en los diferentes indicadores, tanto económicos como financieros. Un ejemplo para un tipo de cambio S/. 3.35 se obtiene un b/c económico de 1.57, que significa que por cada sol que se invierta, se está ganando S/. 0.57. Es decir, a mayor tipo de cambio mayor beneficio costo para el caso de las exportaciones, ya que se tendrán más nuevos soles por cada dólar que paguen.

Para un tipo de cambio de S/. 3.25 se obtiene un b/c de 1.49, con lo que la empresa ganaría por cada sol que invierte S/. 0.49; entonces hay una disminución con respecto al tipo de cambio S/. 3.35. Para un tipo de cambio S/. 2.85 se obtiene un b/c de 1.26 y se estaría perdiendo, por cada sol invertido S/. 0.26, que resulta menos a diferencia de tipos de cambio más altos y es en el tipo de cambio donde la empresa perdería.

Tabla 136: Análisis de sensibilidad por costo de oportunidad

(Expresado en soles)

Costo de oportunidad	VANF	B/C
17%	99,236	3.52
15%	110,559	3.75
14%	116,810	3.88

Fuente: Elaboración propia

Nota: T/C 3.25

Tabla 137: Análisis de sensibilidad por costo promedio ponderado de capital

(Expresado en soles)

Costo promedio ponderado de capital	VANE	B/C
23%	46,793	1.46
22.14%	50,384	1.49
21%	55,413.24	1.53

Fuente: Elaboración propia

Nota: T/C 3.25

Tabla 138: Análisis de sensibilidad por precio de venta

(Expresado en soles)

Precio de venta	VANE	TIRE	B/C	VANF	TIRF	B/C
1.85	64,047	45%	1.6269857	127,716	79%	4.18
1.82	50,384	40%	1.49	110,559	69%	3.75
1.6	-45,402	5%	0.555541	-9,725	11%	0.75

Fuente: Elaboración propia

Nota: T/C 3.25

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

1. Con respecto a la organización y aspectos legales, la empresa Agrosnacks Export S.A.C. se acogerá al Régimen Especial de la Renta, ya que nos permite reducir costos en cuanto al pago de personal.
2. Con respecto al plan de marketing, Agrosnacks Export S.A.C. exportará snacks naturales elaborados a base de camotes. De acuerdo con el análisis del mercado objetivo, la venta del producto será en la Región de Valparaíso, cuya demanda histórica en los últimos años tiene un crecimiento sostenido y apoyado con un análisis de variables macroeconómicas, sustentan la ciudad de destino del proyecto.
3. Con respecto al plan de Logística, la empresa asegurará una adecuada gestión en todo el proceso logístico a través de un plan de contingencia de proveedores de materia prima, de empresas que realizan maquila, de transporte, de operadores logísticos; con el objetivo de asegurar la oferta exportable ante un posible incremento de la demanda.
4. Para la exportación de los snacks naturales elaborados a base de camotes, Agrosnacks Export S.A.C. utilizará el Incoterm 2010 FOB. Se aplicará el pago mediante una carta de crédito irrevocable, confirmada y a la vista; y se utilizará el régimen de exportación definitiva.
5. De acuerdo a la evaluación económica – financiera del proyecto del plan de negocio se llega a la conclusión que éste es viable, teniendo una TIR Económica de 40.10% y una TIR Financiera de 69.12% por encima del costo financiero y del costo del accionista. A su vez, genera un VAN Económico de S/. 50, 384.33 y un VAN Financiero de S/. 110,559.22 un indicador optimista, para poder incursionar en este tipo de negocio y mercado de destino.

7.2 Recomendaciones

1. Se recomienda mantener actualizada la matriz FODA con el fin de conocer cuáles son las amenazas y debilidades de la empresa y poder establecer estrategias de intervención ante posibles problemas, con especial énfasis en la competencia.
2. Se recomienda evaluar periódicamente los estándares del producto para asegurar sus características tomando en consideración que el público objetivo se caracteriza por adquirir productos naturales.
3. Se recomienda trabajar con proveedores con experiencia y que tengan certificaciones, el cual garantice que el producto a comercializar es de calidad y se cumpla con la entrega en el tiempo establecido.
4. Se recomienda revisar que se cumpla con el procedimiento del régimen de exportación a fin de evitar incumplir con el procedimiento, a fin de mantener una adecuada gestión aduanera y de operaciones.
5. Se recomienda a lo largo del desarrollo del plan de negocios, realizar un permanente monitoreo de los avances y logros, así como la revisión constante de los indicadores económicos y financieros que permitan evaluar la viabilidad del mismo.

ANEXOS

ANEXO N°1: Formato de Solicitud de Reserva de Nombre ANEXO N° 02: Formato de Constitución de la Minuta



ANEXO 1: FORMULARIO

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:

Yo, _____ identificado con:

DNI¹ CIP CE OTROS _____ N° _____

en mi calidad de (titular socio abogado notario representante domiciliado en _____, distrito de _____, Provincia de _____, ante Ud. con el debido respeto me presento y digo:

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA para:

Constitución Modificación de Estatuto

Podrá indicar hasta 03 nombres y de forma opcional sus correspondientes abreviaturas tratándose de denominaciones.¹

Sólo se concederá la reserva de un nombre (completo o abreviado) de forma excluyente.

NOMBRE COMPLETO DE LA PERSONA JURÍDICA OBLIGATORIO	NOMBRE ABREVIADO DE LA PERSONA JURÍDICA OPCIONAL
1. _____ _____	1. _____ _____
2. _____ _____	2. _____ _____
3. _____ _____	3. _____ _____

TIPO DE PERSONA JURÍDICA: (Marque una opción)

S.A ASOCIACIÓN S.R.L COMITÉ S. CIVIL
 S.A.C E.I.R.L COOPERATIVA OSB

OTROS (precisar el tipo de persona jurídica) _____

NOMBRE (S) Y APELLIDOS DE TODOS LOS INTEGRANTES DE LA PERSONA JURÍDICA EN CONSTITUCIÓN O NOMBRE DE LA PERSONA JURÍDICA CONSTITUIDA EN CASO DE MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS O NOMBRE DE LAS PERSONAS AUTORIZADAS PARA LA FORMALIZACIÓN (letra imprenta):

Lima, _____ de _____ del 20__

Firma del Solicitante

¹ También podrá solicitar la reserva de nombre ingresando a la página web www.sunarp.gob.pe, ubicada en Lima, donde podrá indicar hasta cinco (5) nombres y de forma opcional sus abreviaturas tratándose de denominaciones.



SEÑOR NOTARIO

SÍRVASE EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, SIN MINUTA, DE CONFORMIDAD CON EL ARTÍCULO 58 LITERAL I) DEL D. LEG. N° 1049, DECRETO LEGISLATIVO DEL NOTARIADO, CONCORDADO CON EL DECRETO SUPREMO N° 007-2008-TR – TUO DE LA LEY DE PROMOCIÓN DE LA COMPETITIVIDAD, FORMALIZACIÓN Y DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA Y DEL ACCESO AL EMPLEO DECENTE, LEY MYPE, QUE OTORGAN: YACIRA DAYANA, ACUÑA VILLANERA, DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESIÓN ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS INTERNACIONALES CON DNI N° 47778492, ESTADO CIVIL SOLTERA, BRAJHAN JUNIORS, FALCÓN PICÓN DE NACIONALIDAD PERUANO, PROFESIÓN MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA DE PLANTA CON DNI N° 47678905, ESTADO CIVIL SOLTERO Y BETY JHOVANA FLORES VILLANERA, DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESIÓN EN COMPUTACIÓN E INFORMÁTICA CON DNI N° 40343056, ESTADO CIVIL CASADA CON CARLOS GAMARRA GONZALES, IDENTIFICADO CON SU DOCUMENTO NACIONAL DE IDENTIDAD NÚMERO 40343056, DE OCUPACIÓN OPERARIO DE MAQUINARIA PESADA, QUE INTERVIENE PRESTANDO SU CONSENTIMIENTO Y ACEPTACION AL APORTE DE BIENES DINERARIOS QUE HACE SU CONYUGE A FAVOR DE LA EMPRESA QUE SE CONSTITUYE, SEÑALANDO DOMICILIO COMÚN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN AV. MICAELA BASTIDAS 128, DISTRITO DE VENTANILLA, CALLAO. EN LOS TÉRMINOS SIGUIENTES:

PRIMERO.- LOS OTORGANTES, PROCEDIENDO EN USO DE SUS LEGÍTIMOS DERECHOS, HAN CONVENIDO MEDIANTE LA PRESENTE MINUTA, QUE SERÁ ELEVADA A ESCRITURA PÚBLICA CONSTITUIR LA SOCIEDAD DENOMINADA AGROSNACKS EXPORT S.A.C.

SEGUNDO.- EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE S/. 46, 164.00 (CUARENTA Y SEIS MIL CIENTO SESENTA Y CUATRO CON 00/100 SOLES)

REPRESENTADO POR 4,616 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/. 10.00 CADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

1. YACIRA DAYANA, ACUÑA VILLANERA SUSCRIBE 3,231 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 32,314.90 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
2. BRAJHAN JUNIORS, FALCÓN PICÓN SUSCRIBE 923 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 9,233.00 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
3. BETY JHOVANA FLORES VILLANERA SUSCRIBE 462 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 4,616.00 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO

TERCERO.- LA SOCIEDAD SE REGIRÁ POR EL **ESTATUTO** SIGUIENTE Y EN TODO LO NO PREVISTO POR ESTE, SE ESTARÁ A LO DISPUESTO POR LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES – LEY 26887 – QUE EN ADELANTE SE LE DENOMINARA LA “LEY”.

ESTATUTO

ARTÍCULO 1.- DENOMINACIÓN-DURACIÓN-DOMICILIO: LA SOCIEDAD SE DENOMINA: AGROSNACKS EXPORT SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA” PUDIENDO USAR LA ABREVIATURA “AGROSNACKS EXPORT S.A.C.”.

TIENE UNA DURACIÓN INDETERMINADA, INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURÍDICA DESDE SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS

SU DOMICILIO ES EN AV. MICAELA BASTIDAS 128, DISTRITO DE VENTANILLA, CALLAO PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAÍS O EN EL EXTRANJERO.

ARTÍCULO 2.- OBJETO SOCIAL: LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE A: COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACION DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRA REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LÍCITOS, SIN RESTRICCIÓN ALGUNA.

ARTÍCULO 3.- CAPITAL SOCIAL: EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE 46, 164.00 (CUARENTA Y SEIS MIL CIENTO SESENTA Y CUATRO CON 00/100 SOLES) REPRESENTADO POR 4,616 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/. 10.00 CADA UNA.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

ARTÍCULO 4.- TRANSFERENCIA Y ADQUISICIÓN DE ACCIONES: LOS OTORGANTES ACUERDAN SUPRIMIR EL DERECHO DE PREFERENCIA PARA LA ADQUISICIÓN DE ACCIONES, CONFORME A LO PREVISTO EN EL ÚLTIMO PÁRRAFO DEL ARTÍCULO 237° DE LA "LEY".

ARTÍCULO 5.- ORGANOS DE LA SOCIEDAD: LA SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE TIENE LOS SIGUIENTES ÓRGANOS: LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS; Y LA GERENCIA. **LA SOCIEDAD NO TENDRÁ DIRECTORIO.**

ARTÍCULO 6.- JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS: LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS ES EL ÓRGANO SUPREMO DE LA SOCIEDAD. LOS ACCIONISTAS CONSTITUIDOS EN JUNTA GENERAL DEBIDAMENTE CONVOCADA, Y CON EL QUORUM CORRESPONDIENTE, DECIDEN POR LA MAYORIA QUE ESTABLECE LA "LEY" LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA. TODOS LOS ACCIONISTAS INCLUSO LOS DISIDENTES Y LOS QUE NO HUBIERAN PARTICIPADO EN LA REUNIÓN, ESTAN SOMETIDOS A LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA JUNTA GENERAL.

LA CONVOCATORIA A JUNTA DE ACCIONISTAS SE SUJETA A LO DISPUESTO EN EL ART. 245° DE LA "LEY".

EL ACCIONISTA PODRA HACERSE REPRESENTAR EN LAS REUNIONES DE JUNTA GENERAL POR MEDIO DE OTRO ACCIONISTA, SU CONYUGE, O ASCENDIENTE O DESCENDIENTE EN PRIMER GRADO, PUDIENDO EXTENDERSE LA REPRESENTACION A OTRAS PERSONAS.

ARTÍCULO 7.- JUNTAS NO PRESENCIALES: LA CELEBRACION DE JUNTAS NO PRESENCIALES SE SUJETA A LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 246° DE LA "LEY".

ARTÍCULO 8.- LA GERENCIA: NO HABIENDO DIRECTORIO, TODAS LAS FUNCIONES ESTABLECIDAS EN LA "LEY" PARA ESTE ÓRGANO SOCIETARIO SERÁN EJERCIDAS POR EL GERENTE GENERAL.

LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS PUEDE DESIGNAR UNO O MÁS GERENTES SUS FACULTADES REMOCION Y RESPONSABILIDADES SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 185° AL 197 DE LA "LEY".

EL GERENTE GENERAL ESTÁ FACULTADO PARA LA EJECUCIÓN DE TODO ACTO Y/O CONTRATO CORRESPONDIENTES AL OBJETO DE LA SOCIEDAD, PUDIENDO, ASIMISMO, REALIZAR LOS SIGUIENTES ACTOS:

- A. DIRIGIR LAS OPERACIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS.
- B. REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES. EN LO JUDICIAL GOZARÁ DE LAS FACULTADES SENALADAS EN LOS ARTICULOS 74, 75, 77 Y 436 DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL, ASÍ COMO LA FACULTAD DE REPRESENTACIÓN PREVISTA EN EL ARTÍCULO 10 DE LA LEY 26636 Y DEMÁS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS; TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACIÓN O SUSTITUCIÓN. ADEMÁS, PODRÁ CELEBRAR CONCILIACIÓN EXTRAJUDICIAL, PUDIENDO SUSCRIBIR EL ACTA CONCILIATORIA, GOZANDO DE LAS FACULTADES SENALADAS EN LAS DISPOSICIONES LEGALES QUE LO REGULAN. ADEMÁS PODRA CONSTITUIR Y REPRESENTAR A LAS ASOCIACIONES

QUE CREA CONVENIENTE Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS.

- C. ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA; GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCONTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y REACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, PAGARES, CONOCIMIENTO DE EMBARQUE, CARTA DE PORTE, POLIZAS, CARTAS FIANZAS Y CUALQUIER CLASE DE TITULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES; OTORGAR RECIBOS CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTIA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRÉSTAMOS CON GARANTIA HIPOTECARIA,
- D. ADQUIRIR Y TRANSFERIR BAJO CUALQUIER TITULO; COMPRAR, VENDER, ARRENDAR, DONAR, DAR EN COMODATO, ADJUDICAR Y GRAVAR LOS BIENES DE LA SOCIEDAD SEAN MUEBLES O INMUEBLES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS YA SEAN PRIVADOS O PUBLICOS. EN GENERAL PODRA CONSTITUIR GARANTIA HIPOTECARIA, MOBILIARIA Y DE CUALQUIER FORMA. PODRA CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTORY Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACION EN PARTICIPACION Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACION EMPRESARIAL, VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. ADEMÁS PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.
- E. SOLICITAR, ADQUIRIR, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTE, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES CONFORME A LEY, SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELECTUAL.

F. PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PÚBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACIÓN DEL OBJETO SOCIAL.

EL GERENTE GENERAL PODRA REALIZAR TODOS LOS ACTOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACION DE LA SOCIEDAD, SALVO LAS FACULTADES RESERVADAS A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.

ARTÍCULO 9.- MODIFICACIÓN DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL: LA MODIFICACIÓN DEL PACTO SOCIAL, SE RIGE POR LOS ARTICULOS 198 Y 199 DE LA “LEY”, ASÍ COMO EL AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 201 AL 206 Y 215 AL 220, RESPECTIVAMENTE DE LA “LEY”.

ARTÍCULO 10.- ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACIÓN DE UTILIDADES: SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTÍCULOS 40, 221 AL 233 DE LA “LEY”.

ARTÍCULO 11.- DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN: EN CUANTO A LA DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 407, 409, 410, 412, 413 A 422 DE LA “LEY”.

ARTÍCULO 12. -DISPOSICIÓN FINAL: EN TODO LO QUE NO SE HUBIERA PREVISTO EN EL PRESENTE ESTATUTO Y EL PACTO SOCIAL, SE APLICA EN FORMA SUPLETORIA "LA LEY", EL CÓDIGO CIVIL, Y DEMÁS DISPOSICIONES LEGALES QUE FUERAN APLICABLES. SÍRVASE USTED SEÑOR NOTARIO INSERTAR LA INTRODUCCIÓN Y LA CONCLUSIÓN DE LEY, CURSANDO PARTES AL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS, PARA SU CORRESPONDIENTE INSCRIPCIÓN LIMA, TREINTA DE DICIEMBRE DEL DOS MIL DIECISIETE.

YACIRA DAYANA, ACUÑA VILLANERA
VILLANERA

BETTY JHOVANA FLORES

BRAJHAN JUNIORS, FALCÓN PICÓN

ANEXO N° 03: Solicitud de Registro de Marca de Producto o Servicio



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE

1. DATOS DEL SOLICITANTE N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el anexo A por cada solicitante adicional)

<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL	<input type="checkbox"/> PERSONA JURÍDICA Tipo de empresa (*) (marque de corresponder): <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución)	
Nacionalidad / País de Constitución:	
Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda): Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídicas RUC <input type="checkbox"/>	
Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica):	
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú	
Dirección:	
Distrito: Referencias de domicilio:	Provincia: Departamento:
En caso de contar con el servicio de casilla electrónica, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en www.indecopi.gov.pe) De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a esta casilla.	
Número de teléfono fijo y/o celular	

2. INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (marcar la opción de corresponder):
 (De tener el solicitante un documento de poder privado, se considerará como denominación del solicitante lo señalado en el encabezado del documento de poder; en caso de tener una partida registral, se tomará la denominación que consta en dicha partida)

<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación.
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentada en el expediente N°: _____ (Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)
<input type="checkbox"/> Bajo declaración jurada informo que la facultad de representación se encuentra inscrita ante Sunarp, en la Partida registral N° _____ Asiento N° _____

3. PAGO DE TASA ADMINISTRATIVA (No llenar si adjunta voucher)

N° de comprobante _____	Fecha de pago _____
-------------------------	---------------------

4. PRIORIDAD EXTRANJERA (marcar la opción de corresponder):

<input type="checkbox"/> Marcar este recuadro si reivindica Prioridad Extranjera (Llenar ANEXO C)

5. 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)

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

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
 Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Tel: 224 7800
 Email: asesoriavirtualdsd@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

E-MAR-03/02

6. DATOS RELATIVOS A LA MARCA A REGISTRAR

<p>6.1. Tipo de Marca:</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa (compuesto sólo por palabras y/o números)</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa con grafía (compuesta por una o más palabras con un tipo de letra particular, con o sin color)</p> <p><input type="checkbox"/> Mixta (combinación de palabras y elementos gráficos)</p> <p><input type="checkbox"/> Tridimensional (constituida por envases u otras formas, vistas de todos sus ángulos)</p> <p><input type="checkbox"/> Figurativa (compuesta sólo por una o más figuras, con o sin colores)</p> <p><input type="checkbox"/> Otros: _____</p>	<p>6.2. En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA, escriba la denominación a solicitar</p>	<p>6.3. Reproducción del Signo</p> <p>En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL, insertar la reproducción de la marca.</p> <p>Se sugiere enviar copia fiel del mismo logotipo al correo: logos-dsd@indecopi.gob.pe (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles) Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.</p>						
<p>6.4. 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, y de contener el signo algún color, se protegerán éstos conforme aparecen en la reproducción adjuntada)</p>								
<p>6.5. 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. Asimismo, es responsabilidad del usuario la correcta inclusión de los productos y/o servicios en la solicitud y su posterior verificación en la Gaceta electrónica del Indecopi)</p>								
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Clase</th> <th>Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del indecopi)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del indecopi)						
Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del indecopi)							
<p>De no ser suficiente el espacio anterior, indicar las clases, productos y/o servicios adicionales en el ANEXO B</p>								

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

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

IMPORTANTE: Toda información consignada en esta solicitud se considera cierta, en atención al Principio de presunción de veracidad reconocido en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, la misma que estará sujeta a fiscalización posterior.

EXAMEN DE FORMA: Dentro de los quince (15) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, la Dirección verificará si la misma cumple con todos los requisitos previstos en los artículos 50 y 51 del Decreto Legislativo 1075. Si la solicitud contiene todos los requisitos, la Dirección emitirá la correspondiente orden de publicación.

PLAZO DEL PROCEDIMIENTO: 180 días hábiles contados desde el día siguiente de la presentación de la solicitud de registro.

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.

ANEXO N° 04: Solicitud de Licencia de Funcionamiento



FORMULARIO DE DECLARACION JURADA DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO (el presente formato no debe tener enmendaduras)

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE VENTANILLA

No. de expediente

I. TIPO DE TRAMITE QUE SE SOLICITA (Marcar con una "X")

- | | | | |
|--|-------------------------------------|-----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Licencia de funcionamiento | <input type="checkbox"/> Definitiva | <input type="checkbox"/> Temporal | <input type="checkbox"/> Cambio de denominación y razón social |
| <input type="checkbox"/> Licencia de funcionamiento para cesionarios. | | | <input type="checkbox"/> Duplicado de licencia de funcionamiento |
| <input type="checkbox"/> Licencia de funcionamiento para mercados de abastos y galerías comerciales. | | | <input type="checkbox"/> Cese de actividades. |

II. DATOS DEL SOLICITANTE

1. Apellidos y Nombres / Razón Social				
2. Nro. De RUC	3. Nro. de DNI o CE	4. Telefono fijo / Celular	5. Correo electronico	

III. DOMICILIO LEGAL

6. Avenida / Jirón / Calle / Pasaje				7. Nro.	8. Int.	9. Mz.	10. Lote
11. Urb. / AA,HH / Otro			12. Distrito		13. Provincia		14. Departamento

IV. REPRESENTANTE LEGAL

15. Apellidos y nombres	16. Nro. de DNI o C.E.	17. Nro. Partida (SUNARP)	18. Nro. Teléfono / Celular
-------------------------	------------------------	---------------------------	-----------------------------

V. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

19. Nombre Comercial			20. Giro			
Comercio	Industria	Servicios				
21. Actividad Económica			22. Avenida / Jirón / Calle / Pasaje			
23. Urb. / AA,HH / Otro			24. Nro.	25. Int.	26. Mz.	27. Lote

m ²	+	m ²	=	m ²	
28. Área de atención		29. Área de almacén		30. Área total	31. Dotación de Estacionamientos

VI. CESIONARIOS

32. Llenar solo en caso de cesionarios

N° de Licencia del Conductor del Local
N° de ITSE del Conductor del Local *

VII. OTROS DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

33. Croquis de ubicación

34. Firma del solicitante, representante legal o apoderado

DNI / CE :

* ITSE.- Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones

Para ser llenado por el Asesor del Servicio

35	Zonificación	Conforme	No Conforme	
----	--------------	----------	-------------	--

N° de recibo de pago	
----------------------	--

Observaciones

36	
	Firma y Sello del Asesor de Servicios

Este formulario tiene carácter de DECLARACIÓN JURADA, sometiéndome a las sanciones de ley en caso de falsedad

NOTA: LA LICENCIA AUTOMÁTICA SERA REVOCADA EN EL CASO QUE EL ESTABLECIMIENTO NO REUNA LAS CONDICIONES DE SEGURIDAD APROPIADA SEGÚN LO DECLARADO POR EL ADMINISTRADO AL SOLICITAR LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

ANEXO N° 05: Declaración jurada de observancia de Condiciones de Seguridad



DECLARACIÓN JURADA DE OBSERVANCIA DE CONDICIONES DE SEGURIDAD LEY N° 28976 – D.S. N° 058-2014-PCM

RAZÓN SOCIAL / PERSONA NATURAL: BODEGA ROCIO / ROCIO MARIA GAMARRA SIFUENTES

UBICADO EN : ASENTAMIENTO HUMANO VENTANILLA, MZ. W LOTE 25 PRIMERA ETAPA

El propietario y/o conductor del local o establecimiento, **DECLARA BAJO JURAMENTO** lo siguiente:

MARCAR CON X

		SI	NO CORRESPONDE
1.0	ARQUITECTURA		
1.1	El ingreso y/o salida del local o establecimiento presenta un ancho libre mínimo de 0.90 m, la puerta no abre directamente sobre un desnivel, ni invade la vía pública y las rutas de evacuación se encuentran libres de obstáculos y objetos que puedan caer (estantes, anaqueles, espejos, mamparas de vidrio, elementos decorativos u otros)	x	
2.0	ESTRUCTURAS		
2.1	El local o establecimiento no presenta deterioro en sus elementos estructurales (techos, vigas, columnas y paredes)	x	
2.2	Si hubiera falso techo, este debe estar fijo o asegurado y no ser de material combustible (Tecnopor, plástico y/o cartón)	x	
2.3	El local o establecimiento no presenta humedad en sus techos, paredes, pisos, ni fugas de agua en sus instalaciones Sanitarias.	x	
3.0	INSTALACIONES ELÉCTRICAS		
3.1	El tablero eléctrico es de material no combustible (metal o resina), tiene interruptores termomagnéticos identificados, llaves diferenciales y no utiliza llaves tipo cuchilla.	x	
3.2	El tablero eléctrico tiene interruptores diferenciales (para instalaciones nuevas a partir del 1 de julio del 2006)	x	
3.3	No se utiliza cable mellizo en instalaciones permanentes de alumbrado y/o tomacorriente. El cableado eléctrico se encuentra protegido mediante canaletas o tubos de PVC y las cajas de paso tienen tapa.	x	
3.4	Si el local o establecimiento cuenta con equipos y/o artefactos eléctricos (hornos microondas, congeladoras, exhibidores y similares) los enchufes deben tener tres espigas y los tomacorrientes deben contar con conexión al sistema de puesta a tierra. MARCAR NO CORRESPONDE SOLO EN CASO DE NO CONTAR CON EQUIPOS Y/O ARTEFACTOS ELÉCTRICOS		x
3.5	Los tomacorrientes se encuentran en buen estado y no se utiliza adaptadores múltiples.	x	
3.6	Si hubiera equipos y/o artefactos eléctricos (hornos microondas, congeladoras, exhibidores y similares), estos deben contar con sistema de puesta a tierra y con protocolo de medición de la resistencia menor a 25 ohmios. MARCAR NO CORRESPONDE SOLO EN CASO DE NO CONTAR CON EQUIPOS Y/O ARTEFACTOS ELÉCTRICOS		x
3.7	Los equipos de alumbrado (focos, fluorescentes, lámparas, etc.) no presentan cables ni empalmes expuestos. Si cuenta con luces de emergencia (para locales o establecimientos que funcionan en horarios nocturnos), éstas se encuentran en buen estado y operativas.	x	
3.8	Los anuncios publicitarios con energía eléctrica no utilizan cables mellizos, tiene cableado adecuado y cuentan con conexión al sistema de puesta a tierra. MARCAR NO CORRESPONDE SI NO CUENTA CON ANUNCIOS PUBLICITARIO		x
4.0	SEGURIDAD Y PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS		
4.1	El local o establecimiento cuenta con señales de seguridad (direccionales de salida, salida, zona segura en caso de sismo, riesgo eléctrico y extintores).	x	
4.2	El local o establecimiento cuenta como mínimo con un extintor de polvo químico seco de 6 kg o al menos un extintor por cada 50 m ² de área. Los extintores se encuentran en buen estado, operativos y con carga vigente.	x	
4.3	Los objetos, materiales y/o productos están almacenados de forma adecuada y segura (evitando que se caigan) y sin obstruir las vías o rutas de evacuación.	x	
4.4	Las instalaciones de gas (GLP) que utilizan balones mayores a 25 kg. Tiene tuberías de cobre y están alejados de interruptores y tomacorrientes. Los balones de gas se ubican en lugares ventilados y alejados de cualquier fuente de calor		x
PROPIETARIO: () REPRESENTANTE LEGAL: () CONDUCTOR / ADMINISTRADOR: ()			
NOMBRES Y APELLIDOS: ROCIO MARIA GAMARRA SIFUENTES			

Firma:

D.N.I. N° 12345678

Fecha: VENTANILLA,

DEL 2016

-De comprobarse falsedad en la declaración jurada, información, o en la documentación presentada, la municipalidad considerara no satisfecha la exigencia respectiva para todos sus efectos, declarándose la nulidad del acto administrativo, según lo señala el artículo 32 inciso 32.3 de la Ley del Procedimiento Administrativo General, Ley N° 27444, sin perjuicio de ejercer las acciones legales correspondientes.

-En caso de que el local no cuente con equipos eléctricos, GAS GLP, o cocinas, se podrá marcar NO CORRESPONDE a las casillas que especifican observaciones para estos equipos.

ANEXO N° 06: Modelo de contrato por inicio de lanzamiento de nueva actividad

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “Contrato por inicio o incremento de actividad” que celebran al amparo del Art. 57° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR y normas complementarias, de una parte Agrosnacks Export S.A.C., con R.U.C. N° 20601914780 y domicilio fiscal en Av. Micaela Bastidas 128, distrito de Ventanilla, Callao debidamente representada por la señorita Yacira Acuña Villanera con D.N.I. N° 47778492, a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte Katherine Castañeda Flores; con D.N.I. N° 45768674, domiciliado en Calle San Juan de Dios N° 334 Puente Piedra a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO: EL EMPLEADOR requiere cubrir las necesidades administrativas de la empresa.

SEGUNDO: Por el presente documento EL EMPLEADOR contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR quien desempeñará el cargo de asistente administrativo, en relación con las causas objetivas señaladas en la cláusula anterior.

TERCERO: El plazo de duración del presente contrato es de seis meses, y rige desde el 01 de diciembre del 2017 fecha en que debe empezar sus labores EL TRABAJADOR hasta el 31 de mayo del 2018, fecha en que termina el contrato.

CUARTO: EL TRABAJADOR estará sujeto a un período de prueba de tres meses, la misma que inicia el 01 de enero del 2018 y concluye el 30 de junio de 2018.

QUINTO: EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente: De lunes a viernes de 8:00 horas a 18:00 horas y sábados de 9:00 horas a 13:00 horas.

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. 9º de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR.

SÉPTIMO: EL EMPLEADOR abonará al TRABAJADOR la cantidad de S/ 1,200.00 como remuneración mensual, de la cual se deducirá las aportaciones y descuentos por tributos establecidos en la ley que le resulten de aplicación.

OCTAVO: Queda entendido que EL EMPLEADOR 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, oportunidad en la cual se abonara al TRABAJADOR los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo a ley.

NOVENO: Este contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el TUO del D. Leg. N° 728 aprobado por D. S. N° 003-97-TR Ley de Productividad y Competitividad Laboral, y demás normas legales que lo regulen o que sean dictadas durante la vigencia del contrato.

Como muestra de conformidad con todas las cláusulas del presente contrato firman las partes, por triplicado a los días 01 del mes de enero del año 2018.

.....

EL EMPLEADOR

.....

EL TRABAJADOR

ANEXO N° 07: Contrato de trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “contrato intermitente”

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “Contrato intermitente”, que celebran al amparo del Art. 64° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97TR y normas complementarias, de una parte Agrosnacks Export S.A.C., con R.U.C. N° 20601914780 y domicilio fiscal en Av. Micaela Bastidas 128, distrito de Ventanilla, Callao debidamente representada por la señorita Yacira Acuña Villanera con D.N.I. N° 47778492, , a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte Edgar Villanera Contreras; con D.N.I. N° 45438690, domiciliado en Calle Santo Domingo N° 546 Los Olivos, a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO: EL EMPLEADOR requiere cubrir las necesidades contables de la empresa.

SEGUNDO: Por el presente documento EL EMPLEADOR, contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR que desempeñará el cargo de Contador, en relación con el objeto señalado cláusula anterior.

TERCERO: El presente contrato tiene un plazo de duración de 01 mes, el mismo que regirá a partir del 01 de enero del 2018 fecha en que EL TRABAJADOR debe empezar sus labores, hasta el 31 de enero del 2018, fecha en que termina el contrato.

CUARTO: Dada la naturaleza de la contratación y en aplicación del art. 65° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 00397-TR, el EMPLEADOR requerirá de los servicios de EL TRABAJADOR y para el mismo fin durante 01 mes

QUINTO: EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente: El último día lunes del mes de 08: 00 horas a 17: 00 horas.

SEXTO: EL TRABAJADOR deberá cumplir 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° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S .N° 003-97TR.

SÉPTIMO: EL EMPLEADOR abonará al TRABAJADOR la cantidad de S/. 250.00 como remuneración mensual.

OCTAVO: Queda entendido que EL EMPLEADOR 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, oportunidad en la cual se abonará al TRABAJADOR los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo a ley.

NOVENO: Este contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el TUO del D. Leg. N° 789 aprobado por D. S. N° 003-97-TR Ley de Productividad y Competitividad Laboral, y demás normas legales que lo regulen o que sean dictadas durante la vigencia del contrato.

Conforme con todas las cláusulas, las partes firman el presente contrato, por triplicado a los días 01 del mes de enero del año 2018.

.....
EL EMPLEADOR

.....
EL TRABAJADOR

ANEXO N° 08: Cotización del Agente de Aduana



Cotización N°: E170911-04

Callao, 14 de septiembre de 2017

Señores

Atención: Srta. Yacira Acuña

De nuestra consideración:

Por medio del presente, le hacemos llegar según lo solicitado nuestra propuesta para la exportación de su mercadería, como se detalla a continuación:

Mercadería	GENERAL	Origen	CALLAO, PERU
Flete	PREPAID	Destino	VALPARAISO, CHILE
Transporte	MARITIMA	Peso / Volumen	1118.40 KG / 11 M3

CONCEPTO	IMPORTE USD	IMPORTE S/.
FLETE MARITIMO:	USD 165.00	
BL:	USD 29.50	
TRAMITE DOCUMENTARIO:	USD 31.30	
GASTOS MARITIMOS:	USD 214.39	
VISTO BUENO:	USD 85.60	
SEGURO INTERNACIONAL:	USD 68.00	
TRAMITES DE ADUANA:	USD 75.00	
TRANSPORTE LOCAL:	USD 62.60	
TOTAL A PAGAR	USD 731.39	S/. -

Nota:

- Valido hasta 30 de Septiembre.
- El embalaje de su carga debe ser el apropiado para transporte por vía marítima.
- No incluye gastos en destino.
- Gastos marítimos en base a DAM naranja.

Esperando que nuestra propuesta haya cumplido sus expectativas quedamos atentos a sus instrucciones y/o comentarios.

Atentamente,

Victoria Castillo M.
Dpto. de Operaciones
Telf.: 4847041

CUENTA BANCO BCP
S/. 192-2292944-0-48
S/. 192-2238661-1-46

Av. Elmer Faucett 30 Int. 205 Sec B - Callao
Tel: 484-7041

ANEXO N° 09: Costo Financiero-Caja Municipal de Trujillo

TASA DE INTERÉS PROMEDIO DEL SISTEMA DE CAJAS MUNICIPALES

Tasas Activas Anuales de las Operaciones en Moneda Nacional Realizadas Durante el Mes Por tipo de Crédito a mayo del 2017.)

Tasa Anual (%)	CMAC Arequipa	CMAC Piura	CMAC Trujillo	CMCP Lima	Promedio
Corporativos	-	-	9,50	-	9,22
Microempresas	33,46	52,59	34,41	35,87	37,03
Tarjetas de Crédito	-	-	-	-	-
Descuentos	-	-	-	-	-
Préstamos Revolventes	25,60	-	25,96	-	25,61
Préstamos a cuota fija hasta 30 días	47,30	70,31	33,59	-	55,25
Préstamos a cuota fija de 31 a 90 días	36,61	-	35,08	27,19	56,05
Préstamos a cuota fija de 91 a 180 días	36,42	77,15	37,52	29,44	40,61
Préstamos a cuota fija de 181 a 360 días	40,09	57,00	40,63	42,99	42,90
Préstamos a cuota fija a más de 360 días	33,35	51,63	26,73	35,64	35,50

En base a dicha información, la empresa Agrosnacks Export S.A.C. se acogerá a la Tasa de la caja municipal de Trujillo (26,73% anual).

FINANCIAMIENTO

Datos de financiamiento	
% Aporte propio	37%
% Financiado	63%
Préstamo a mediano plazo	78,604
Aporte propio	46,164
Total	124,768

Préstamo	78,604
Tiempo (mensual)	48
Tasa interés mensual	1.99%
Periodo de gracia con pago de intereses	0
Valor de la Cuota	2,559

26.73% tasa efectiva anual

Método Francés

Meses	Saldo deudor	Interés	Amortización	Renta	Ahorro tributario	Servicio de deuda
0	78,604				Escudo Fiscal	
1	77,612	1,567.11	992.22	2,559	23.51	2,535.83
2	76,600	1,547.33	1,012.01	2,559	23.21	2,536.13
3	75,567	1,527.15	1,032.18	2,559	22.91	2,536.43
4	74,515	1,506.58	1,052.76	2,559	22.60	2,536.74
5	73,441	1,485.59	1,073.75	2,559	22.28	2,537.05
6	72,346	1,464.18	1,095.16	2,559	21.96	2,537.37
7	71,229	1,442.35	1,116.99	2,559	21.64	2,537.70
8	70,089	1,420.08	1,139.26	2,559	21.30	2,538.04
9	68,928	1,397.36	1,161.97	2,559	20.96	2,538.38
10	67,742	1,374.20	1,185.14	2,559	20.61	2,538.72
11	66,534	1,350.57	1,208.77	2,559	20.26	2,539.08
12	65,301	1,326.47	1,232.87	2,559	19.90	2,539.44
13	64,043	1,301.89	1,257.45	2,559	19.53	2,539.81
14	62,761	1,276.82	1,282.51	2,559	19.15	2,540.18
15	61,453	1,251.25	1,308.08	2,559	18.77	2,540.57
16	60,119	1,225.17	1,334.16	2,559	18.38	2,540.96
17	58,758	1,198.57	1,360.76	2,559	17.98	2,541.36
18	57,370	1,171.45	1,387.89	2,559	17.57	2,541.77
19	55,954	1,143.77	1,415.56	2,559	17.16	2,542.18
20	54,511	1,115.55	1,443.78	2,559	16.73	2,542.60
21	53,038	1,086.77	1,472.57	2,559	16.30	2,543.04
22	51,536	1,057.41	1,501.93	2,559	15.86	2,543.48
23	50,004	1,027.47	1,531.87	2,559	15.41	2,543.92
24	48,442	996.93	1,562.41	2,559	14.95	2,544.38
25	46,848	965.78	1,593.56	2,559	14.49	2,544.85
26	45,223	934.01	1,625.33	2,559	14.01	2,545.33
27	43,565	901.60	1,657.74	2,559	13.52	2,545.81
28	41,874	868.55	1,690.79	2,559	13.03	2,546.31
29	40,150	834.84	1,724.49	2,559	12.52	2,546.81
30	38,391	800.46	1,758.88	2,559	12.01	2,547.33
31	36,597	765.40	1,793.94	2,559	11.48	2,547.86
32	34,767	729.63	1,829.71	2,559	10.94	2,548.39
33	32,901	693.15	1,866.19	2,559	10.40	2,548.94
34	30,998	655.95	1,903.39	2,559	9.84	2,549.50
35	29,056	618.00	1,941.34	2,559	9.27	2,550.07

36	27,076	579.29	1,980.04	2,559	8.69	2,550.65
37	25,057	539.82	2,019.52	2,559	8.10	2,551.24
38	22,997	499.55	2,059.78	2,559	7.49	2,551.84
39	20,896	458.49	2,100.85	2,559	6.88	2,552.46
40	18,753	416.60	2,142.73	2,559	6.25	2,553.09
41	16,568	373.89	2,185.45	2,559	5.61	2,553.73
42	14,339	330.31	2,229.02	2,559	4.95	2,554.38
43	12,066	285.87	2,273.46	2,559	4.29	2,555.05
44	9,747	240.55	2,318.79	2,559	3.61	2,555.73
45	7,382	194.32	2,365.02	2,559	2.91	2,556.42
46	4,970	147.17	2,412.17	2,559	2.21	2,557.13
47	2,509	99.08	2,460.26	2,559	1.49	2,557.85
48	0	50.03	2,509.31	2,559	0.75	2,558.59

La suma del Interés de un año es S/. 17 408.97, el cual se encuentra reflejado dentro de los costos para la determinación del precio.

ANEXO N° 10: Tarifario Scotiabank-Carta de Crédito



CARTAS DE CRÉDITO DE EXPORTACIÓN

Contiene cambios vigentes desde: 03.04.2017

Última actualización: 25.04.2017

Concepto	Tarifas		Forma de Aplicación	Observaciones
	M. N. (S/.)	M. E. (US\$)		
Comisiones				
1. A la llegada				
1.1 Por aviso (1)		US\$ 80.00 (S/ 264.00)	Flat	
1.2 Por confirmación / nominación (1)		0.20% Mín US\$ 80.00 (S/ 264.00)	Trimestre o fracción	El porcentaje aplica sobre el monto máximo de la Carta de Crédito
1.3 Por gestión ante en BCRP		US\$ 30.00 (S/ 99.00)	Por trámite, al reembolso o pago	Trámite documentario ante BCRP
2. A la negociación (Utilización)				
2.1 Por utilización / cancelación o pago (1)(4)		0.27% Mín US\$ 80.00 (S/ 264.00)	Por trámite	Sobre el valor de los documentos
2.2 Por discrepancias (1)		US\$ 70.00 (S/ 231.00)	Por trámite	Se cobra por cada juego de documentos presentados con discrepancias
2.3 Por aceptación / pago diferido (1)		1.70% Mín US\$ 80.00 (S/ 264.00)	Por año	Si la Carta de Crédito es a plazo se cobrará por juego de documentos
3. De aplicación eventual				
3.1 Por modificación (1)(2)		US\$ 80.00 (S/ 264.00)		
3.2 Anulación, descargo LC con saldo sin utilizar		US\$ 60.00 (S/ 198.00)	Por trámite	Dentro del periodo de apertura inicial
3.3 Por transferencia de Carta de Crédito (1)		0.20% Mín US\$ 100.00 (S/ 330.00)	Flat	El porcentaje aplica sobre el monto transferible
3.4 Por revisión de documentos (3)		US\$ 60.00 (S/ 198.00)	Por trámite	
3.5 Por remesa complementaria (1)(4)		US\$ 25.00 (S/ 82.50)	Por trámite	
3.6 Por copia autenticada (3)		US\$ 70.00 (S/ 231.00)		Se cobra por el servicio de dar autenticidad a la copia de las cartas de crédito y sus respectivas enmiendas que sean solicitadas por el cliente.
3.7 Por emisión de Cartas Compromiso (1)		US\$ 50.00 (S/ 165.00)	Por trámite	

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADEX. (2016). *ADEX estima que exportación de Capsicum peruano crecerá 20% este año*. Recuperado el 30 de 03 de 2017, de www.adexperu.org.pe
- AGRIMUNDO. (2016). *Situación global de especias y condimentos: una oportunidad para el ají procesado picante*. Recuperado el 03 de 30 de 2017, de www.agrimundo.cl
- ALADI. (2016). *Preparación; expedición y seguimiento de cargas*. Recuperado el 02 de 09 de 2017, de <http://www.aladi.org/nsfaladi/integracion.nsf/8f70fad97989e41a03256e600050e57d/74371b17c4eddc5803256e40004ead46?OpenDocument>
- Bell Flavors & fragrances. (2013). *Flavor ingredients, fragrances, botanical extracts to captivate the senses*. Recuperado el 30 de 03 de 2017, de www.bellff.com
- Cánovas, A. C. (2011). *Transporte internacional de mercancías*. España: Publicaciones ICEX.
- Casanovas, A. (2013). *Legal Compliance - Principios de cumplimiento generalmente aceptados*. Madrid: Difusión jurídica y temas de actualidad.
- CCL. (2017). *Misiones comerciales*. Recuperado el 30 de 03 de 2017, de www.camaralima.org.pe
- CCL. (2017). *Ruedas de negocio*. Recuperado el 30 de 03 de 2017, de www.camaralima.org.pe
- CIPF. (2016). *Reglamentación del embalaje de madera utilizado en el comercio internacional*. Recuperado el 08 de 04 de 2017, de www.ippc.int
- Comercio y aduanas. (2017). *Incoterms: Que es incoterm FOB*. Recuperado el 17 de 04 de 2017, de www.comercioyaduanas.com.mx
- CORPAC. (2008). *Ley General de Sociedades*. Recuperado el 14 de Marzo de 2017, de Ley General de Sociedades: http://www.corpac.gob.pe/Docs/Transparencia/Normas_Creacion/Normas_Creacion/Ley_26887.pdf
- Departamento de Inteligencia de Mercados PROMPERÚ. (2016). *Guía simplificada multisectorial - Chile*. Recuperado el 30 de 03 de 2017, de repositorio.promperu.gob.pe
- DIGESA. (2017). *Institucional*. Recuperado el 24 de 04 de 2017, de www.digesa.sld.pe
- EL COMERCIO. (31 de 10 de 2014). *¿Qué debo tomar en cuenta para registrar mi marca?* Recuperado el 16 de 08 de 2017, de <http://elcomercio.pe/economia/peru/debo-cuenta-registrar-mi-marca-179538>

- EL MERCURIO. (2016). Recuperado el 30 de 03 de 2017, de www.elmercurio.com
- Encinas, L. A. (31 de 01 de 2009). *Gestión de Empresas: Política Empresarial*. Recuperado el 10 de 08 de 2017, de <http://politicaempresarialfaca.blogspot.pe/>
- EUROMONITOR. (07 de 2016). *Tendencia de consumo de snacks en Chile*. Recuperado el 28 de 10 de 2017, de <http://www.portal.euromonitor.com/portal/analysis/tab>
- FAO. (2017). *Normas Internacionales para Medidas Fitosanitarias (NIMF)*. Recuperado el 07 de 04 de 2017, de www.fao.org
- FAO. (2017). *Sistema de análisis de peligros y de puntos críticos de control (HACCP) y directrices para su aplicación*. Recuperado el 08 de 05 de 2017, de www.fao.org
- FERIAS INTERNACIONALES.WIKISPACES. (2017). *Las misiones internacionales*. Recuperado el 30 de 03 de 2017, de www.feriasinternacionales.wikispaces.com
- Fischman, D. (2009). *CUANDO EL LIDERAZGO NO ES SUFICIENTE*. Editorial - UPC (Perú).
- Fleitman, J. (2000). *Negocios exitosos: cómo empezar, administrar y operar eficientemente un negocio*. España: McGraw-Hill Interamericana.
- Fundación Romero. (15 de Noviembre de 2015). *PQS*. Recuperado el 09 de Marzo de 2017, de [PQS: http://www.pqs.pe/emprendimiento/sunarp-pasos-para-inscribir-tu-empresa](http://www.pqs.pe/emprendimiento/sunarp-pasos-para-inscribir-tu-empresa)
- GESTIÓN. (09 de 06 de 2015). *¿Qué es la Junta General de Accionistas?* Recuperado el 10 de 08 de 2017, de <http://gestion.pe/mercados/que-junta-general-accionistas>
- GESTIOPOLIS. (01 de 03 de 2008). *Cadena de Suministro*. Recuperado el 16 de 09 de 2017, de <https://www.gestiopolis.com/cadena-suministro/>
- GFK Adimark. (2017). *Reciclaje en Chile, la tendencia que no es tendencia*. Recuperado el 30 de 03 de 2017, de www.adimark.cl
- Gobierno de Chile. (2017). *GOBIERNO DE CHILE*. Recuperado el 30 de 03 de 2017, de www.gob.cl
- GOOGLE. (2017). *Google AdWords*. Recuperado el 06 de 04 de 2017, de www.google.com.pe
- Grippa, F. (23 de 01 de 2014). *Siete puntos claves en los cambios de la ley de mypes*. Recuperado el 15 de 08 de 2017, de <http://elcomercio.pe/economia/peru/siete-puntos-claves-cambios-ley-mypes-165266>
- Hernandez, G. d. (2013). *Pilares Humanos: Principios, valores y virtudes*. Libros en Red.
- Hirt. (2004).
- Hirt, G. ((2004)). *Introducción a los negocios en un mundo cambiante*. Madrid: McGraw-Hill.

- INDECOPI. (20 de 06 de 2016). *Registro de Marca y Otros Signos*. Recuperado el 16 de 08 de 2017, de <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
- INDECOPI. (09 de Marzo de 2017). *Registro de Marcas y otros signos*. Obtenido de Registro de Marcas y otros signos: <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
- INE. (2017). *Demografía / Actualización de población 2002-2012 y proyecciones 2013-2020*. Recuperado el 28 de 08 de 2017, de http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/familias/demograficas_vitales.php
- INEI. (15 de 01 de 2010). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme*. Recuperado el 02 de 08 de 2017, de <https://www.inei.gob.pe>
- INEI. (10 de 04 de 2016). Obtenido de www.inei.com.pe
- INEI. (05 de 10 de 2016). Recuperado el 01 de 06 de 2016, de www.inei.gob.pe
- Instituto de Desarrollo y Comercio Exterior. (2017). *Contenedores, envases y embalajes, unitarización*. Recuperado el 08 de 04 de 2017, de www.prompex.gob.pe
- Kotler, P. (2003). Fundamentos de marketing. En P. Kotler.
- Mi Empresa Propia. (24 de Setiembre de 2016). *Ley MYPE y Régimen Laboral Especial*. Recuperado el 10 de Marzo de 2017, de Ley MYPE y Régimen Laboral Especial: <http://mep.pe/ley-mype-y-regimen-laboral-especial/>
- Ministerio de Trabajo y promoción de empleo. (Noviembre de 2016). *Plan Nacional de difusión de Normativa laboral*. Recuperado el 10 de Marzo de 2017, de Plan Nacional de difusión de Normativa laboral: http://www.mintra.gob.pe/contenidos/drt/servicios/triptico_serie_09.pdf
- MUNICIPALIDAD DE VENTANILLA. (16 de 12 de 2016). *Costos y plazos para obtener la Licencia de Funcionamiento según el tipo de Inspección*. Recuperado el 09 de 08 de 2017, de <https://www.muniventanilla.gob.pe>
- Negopolis. (15 de Enero de 2016). *Negopolis*. Recuperado el 08 de Marzo de 2017, de Negopolis: <http://www.negopolis.com.pe/este-ano-abro-mi-empresa-que-forma-juridica-elijo/>
- Peruano, E. (02 de Julio de 2013). *Ley N° 30056*. Obtenido de http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/ML_GRAL_INVERSION_LEY_30056/Ley%20N%2030056.pdf

- Plataforma de investigación, negocios y consumo. (2017). *Etiqueta cultural y de negocios Chile*. Recuperado el 10 de 03 de 2017, de www.ciaindumentaria.com.ar
- ProEcuador. (16 de 09 de 2017). *Cultura de negocios en Chile*. Recuperado el 10 de 03 de 2017, de <file:///E:/TESIS%202017-II/INFORMACI%C3%93N%20EXTRA/GUIA%20COMERCIAL%20DE%20CHILE%202017%20-%20PROEcuador.pdf>
- PROMPERU. (2013). Recuperado el 04 de 04 de 2017, de www.promperu.gob.pe
- Promperú. (2013). *Logística del Comercio Internacional*. Recuperado el 02 de 09 de 2017, de http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/178/Guia_08_Transporte_logistica_internacional_2014_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- PROMPERU. (2015). *Requisitos para exportar alimentos a Chile*. Recuperado el 02 de 05 de 2017, de www.promperu.gob.pe
- PROMPERU. (2017). *Desarrollo de ficha técnica de productos - Inteligencia emocional*. Recuperado el 22 de 03 de 2017, de www.siicex.gob.pe
- PROMPERÚ. (2017). *Exportando paso a paso*. Recuperado el 01 de 03 de 2017, de export.promperu.gob.pe
- Propia, M. E. (09 de Marzo de 2017). *Guía Constitución y Formalización*. Obtenido de http://www.mep.pe/intranetmiembromep/Formalizacion/MEP_Guia_Constitucion_y_Formalizacion.pdf
- Propia, M. E. (09 de Marzo de 2017). *Guía de Constitución y Formalización*. Obtenido de http://www.mep.pe/intranetmiembromep/Formalizacion/MEP_Guia_Constitucion_y_Formalizacion.pdf
- RED AGRICOLA. (2017). *Aumento de consumo de pimientos y ajíes a nivel mundial*. Recuperado el 04 de 04 de 2017, de www.redagricola.com
- RPP NOTICIAS. (09 de 07 de 2012). *El camote: alimento que aporta energías y fibra*. Recuperado el 17 de 08 de 2017, de <http://rpp.pe/lima/actualidad/el-camote-alimento-que-aporta-energias-y-fibra-noticia-499808>
- RPP NOTICIAS. (14 de 12 de 2015). *Conoce los tipos de sociedades que existen para constituir tu empresa*. Recuperado el 15 de 08 de 2017, de <http://rpp.pe/lima/actualidad/conoce-los-tipos-de-sociedades-que-existen-para-constituir-tu-empresa-noticia-921826>
- RPP noticias. (17 de mayo de 2016). *¿Cuál es el trámite para registrar el nombre de tu empresa?* Lima, Lima, Peru. Recuperado el 07 de marzo de 2017, de

<http://rpp.pe/economia/negocios/cual-es-el-tramite-para-registrar-el-nombre-de-tu-empresa-noticia-962821>

SANTANDER. (18 de 06 de 2017). *Chile: Política y Economía*. Recuperado el 25 de 08 de 2017, de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/chile/politica-y-economia>

SANTANDER. (20 de 06 de 2017). *Principales Sectores Económicos*. Recuperado el 25 de 08 de 2017, de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/chile/politica-y-economia>

Santander Trade Portal. (2017). *Incoterms 2010*. Recuperado el 10 de 03 de 2017, de es.portal.santandertrade.com

Santander TradePortal. (2017). *Chile: Política y economía*. Recuperado el 29 de 03 de 2017

Santander TradePortal. (2017). *Chile: Política y economía*. Recuperado el 26 de 03 de 2017, de es.portal.santandertrade.com

Santander TradePortal. (2017). *Medios de pago internacionales*. Recuperado el 30 de 03 de 2017, de es.portal.santandertrade.com

Santander, T. (2017). *Chile: Política y economía*. Recuperado el 29 de 08 de 2017, de es.portal.santandertrade.com

Santander, T. (2017). *Chile: Política y economía*. Recuperado el 26 de 03 de 2017, de es.portal.santandertrade.com

SENASA. (2015). *EMBALAJE DE MADERA USADOS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL*. Recuperado el 03 de 09 de 2017, de <https://www.senasa.gob.pe/senasa/embalajes-de-madera/>

SENASA. (2016). *Rotulado*. Recuperado el 02 de 09 de 2017, de <http://www.senasa.gob.ar/cadena-animal/bovinos-y-bubalinos/industria/productos-y-subproductos/leches-y-productos-lacteos-0>

SERVICE, E. F., & ESPACIO FOOD, S. (2017). *Ferias internacionales*. Recuperado el 29 de 03 de 2017, de www.espaciofoodservice.cl

Servicio Agrícola y Ganadero. (2015). *¿Qué es la NIMF N° 15?* Recuperado el 03 de 09 de 2017, de <http://www.sag.gob.cl/ambitos-de-accion/que-es-la-nimf-ndeg-15>

SIICEX. (10 de 05 de 2006). *Formas y Medios de Pago Internacionales*. Recuperado el 19 de 09 de 2017, de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/960767905rad810CE.pdf>

SIICEX. (2014). *Guía de Servicios Chile*. Recuperado el 26 de 03 de 2017, de www.siicex.gob.pe

- SIICEX. (20 de 05 de 2015). *Guía de Mercado Chile*. Recuperado el 25 de 08 de 2017, de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/726819260radE2BBA.pdf>
- SIICEX. (2016). *Contrato de Compra venta internacional*. Recuperado el 10 de 03 de 2017, de www.siicex.gob.pe
- SIICEX. (2016). *Guía de requisitos de acceso de alimentos a Chile*. Recuperado el 08 de 04 de 2017, de www.siicex.gob.pe
- SIICEX. (15 de 07 de 2016). *Servicios al Exportador*. Recuperado el 29 de 08 de 2017, de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/Guia-Chile2016.pdf>
- SIICEX. (16 de 09 de 2017). *Contrato de Compra venta internacional*. Recuperado el 10 de 03 de 2017, de www.siicex.gob.pe
- SIICEX. (2017). *Guía de acondicionamiento y embalaje*. Recuperado el 08 de 04 de 2017, de www.siicex.gob.pe
- SIICEX. (2017). *La cadena de abastecimiento en los negocios internacionales SCM*. Recuperado el 16 de 04 de 2017, de www.siicex.gob.pe
- Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (2016). *Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos a Chile*. Recuperado el 03 de 09 de 2017, de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/Guia-Chile2016.pdf>
- SUBDERE. (12 de 07 de 2017). *Gobierno Regional de Valparaíso*. Recuperado el 28 de 08 de 2017, de <http://www.subdere.cl/>
- SUNARP. (05 de 01 de 2017). *Conoce cómo reservar la Denominación o Razón Social de tu empresa*. Recuperado el 02 de 08 de 2017, de <https://www.sunarp.gob.pe>
- SUNAT. (10 de 04 de 2013). *Como crear una empresa desde cero*. Recuperado el 19 de 07 de 2017, de http://perupymes.com/pymes/index.php/crear_una_empresa_desde_cero
- SUNAT. (10 de 08 de 2016). *Pasos para constituir una empresa*. Recuperado el 01 de 08 de 2017, de <http://www.sunat.com>
- SUNAT. (05 de 10 de 2016). *Pasos para constituir una empresa*. Recuperado el 10 de 08 de 2017, de <http://www:sunat.com>
- SUNAT. (20 de 05 de 2016). *Pasos para Constituir una empresa*. Recuperado el 02 de 08 de 2017, de <http://www.sunat.gob.pe>
- SUNAT. (20 de 05 de 2016). *Tablas Anexas N°1: CIUU*. Recuperado el 02 de 08 de 2017, de <http://orientacion.sunat.gob.pe>

- SUNAT. (2017). *Beneficios para las MIPYMES*. Recuperado el 20 de 02 de 2017, de www.sunat.gob.pe
- SUNAT. (2017). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme*. Recuperado el 12 de 02 de 2017, de www.sunat.gob.pe
- SUNAT. (2017). *Concepto - Planilla Electrónica*. Recuperado el 16 de 08 de 2017, de www.sunat.gob.pe
- SUNAT. (2017). *Concepto - Planilla Electrónica*. Recuperado el 12 de 03 de 2017, de www.sunat.gob.pe
- SUNAT. (2017). *Inscripción al RUC*. Recuperado el 08 de 03 de 2017, de www.sunat.gob.pe
- SUNAT. (2017). *Manual de orientación*. Recuperado el 01 de 04 de 2017, de www.sunat.gob.pe
- SUNAT. (2017). *Régimen laboral de la micro y pequeña empresa*. Recuperado el 12 de 03 de 2017, de www.sunat.gob.pe
- SUNAT. (2017). *Régimen MYPE tributario*. Recuperado el 08 de 03 de 2017, de www.sunat.gob.pe
- SUNAT. (s.f.). *Boletín SUNAT*. Recuperado el 09 de Marzo de 2017, de Boletín SUNAT: http://eboletin.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=311:regimen-mype-tributario-un-nuevo-regimen-para-los-contribuyentes&catid=1:orientacion-tributaria
- SUNAT. (s.f.). *Información General - Planilla Electrónica*. Recuperado el 10 de Marzo de 2017, de Información General - Planilla Electrónica: <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/informacion-general-planilla-electronica/3196-01-concepto-planilla-electronica>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2013). *Exportación Definitiva*. Recuperado el 20 de 09 de 2017, de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/capacitacion/2013-1-SUNAT4-Exportacion%20definitiva.pdf>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (25 de 06 de 2016). *Inscripción al RUC - Empresas*. Recuperado el 16 de 08 de 2017, de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/ruc-empresas/inscripcion-al-ruc-empresas>
- SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE FISCALIZACIÓN LABORAL. (02 de 06 de 2016). *Régimen Laboral en la Micro y Pequeña Empresa (MYPE)*. Recuperado el 10 de 08 de 2017, de <http://www.sunafil.gob.pe>