



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

**EXPORTACIÓN DE MARACUYÁ FRESCA ORGÁNICA A  
BARCELONA – ESPAÑA**

**PRESENTADA POR  
DANIA YESENIA SOTO SUYÓN**

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

**LIMA – PERÚ**

**2018**



**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 MARACUYÁ FRESCA ORGÁNICA  
A BARCELONA – ESPAÑA**

**PARA OPTAR**

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

**PRESENTADO POR:**

**DANIA YESENIA SOTO SUYÓN**

**LIMA, PERÚ**

**2018**

## INDICE

1	ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES .....	9
1.1	Nombre o razón social .....	9
1.2	Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU).....	9
1.3	Ubicación Y Factibilidad Municipal y Sectorial. ....	10
1.4	Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha.....	11
1.5	Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa, características.....	12
1.6	Estructura Orgánica .....	13
1.7	Cuadro de asignación personal.....	15
1.8	Forma jurídica Empresarial .....	16
1.9	Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI. ....	17
1.10	Requisitos y trámites Municipales.....	18
1.11	Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades. ....	20
1.12	Registro de Planillas Electrónicas (PLAME) .....	21
1.13	Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	22
1.14	Modalidades de Contratos Laborales. ....	23
1.15	Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.....	24
2	PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL.....	24
2.1	Descripción del producto.....	24
	Clasificación arancelaria .....	24
	Definir propuesta del valor del producto.....	25
	Ficha técnica comercial.....	26
	Adecuación vs universalización del producto.....	29
2.2	Investigación del Mercado Objetivo .....	30
	Segmentación de mercado objetivo macro y micro segmentación .....	31
	Elaboración: Propia.....	43
	Perfil del consumidor y posicionamiento .....	44
	Influencia de los acuerdos internacionales para el acceso al mercado.....	47
	Acceso al mercado.....	48
2.3	Análisis de la oferta y la demanda .....	52
	Análisis de la oferta.....	52

Estacionalidad.....	61
Análisis de la Demanda.....	64
2.4 Estrategias de Ventas y Distribución.....	69
Estrategias de segmentación .....	69
Estrategias de posicionamiento .....	69
Estrategias de distribución. ....	69
2.5 Estrategias de Promoción .....	70
2.6 Tamaño de planta. Factores condicionantes.....	70
3 PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL.....	72
3.1 Envase, empaque y embalaje .....	72
3.2 Diseño del rotulado y marcado.....	73
Diseño de rotulado .....	73
Diseño del mercado .....	74
3.3 Unitarización y cubicaje.....	74
3.4 Cadena de DFI de exportación .....	76
Determinación de requerimientos de insumos e infraestructura .....	77
Establecer estrategias de suministro .....	77
Aspectos de Calidad, Trazabilidad y certificaciones .....	78
Determinación del operador logístico a intervenir .....	80
3.5 Seguro de las mercancías.....	80
4 PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL .....	82
4.1 Fijación de precios .....	82
Costos y precios.....	83
Cotización internacional .....	85
4.2 Contrato de compra venta Internacional (Exportación/ Importación) y sus documentos .....	87
4.3 Elección y aplicación del Incoterm. ....	95
4.4 Determinación del medio de pago y cobro .....	95
Carta de Crédito.....	96
4.5 Elección del régimen de exportación.....	98
4.6 Gestión Aduanera de comercio Internacional .....	98
4.7 Gestión de las operaciones de exportación flujo grama.....	100
5 PLAN DE ECONÓMICO FINANCIERO .....	102
5.1 Tipo de Cambio.....	102

5.2	Inversión fija .....	102
5.3	Capital de trabajo .....	103
5.4	Inversión Total.....	104
5.5	Estructura de Inversión y Financiamiento .....	105
	Estructura de la inversión y determinación del horizonte .....	105
5.6	Fuentes financieras y condiciones de crédito.....	106
5.7	Presupuesto de costos.....	108
5.8	Punto de equilibrio.....	109
5.9	Tributación de la exportación .....	110
5.10	Presupuesto de ingresos .....	110
5.11	Presupuesto de Egresos.....	111
5.12	Flujo de caja proyectado .....	112
	Flujo de caja Económico .....	112
	Flujo de caja Financiero .....	113
	Flujo de caja Total.....	114
5.13	Estado de Ganancias y pérdidas .....	114
	Estado de ganancias y pérdidas proyectado.....	115
5.14	Evaluación de la inversión VAN, TIR, ETC. ....	118
	Evaluación económica .....	118
	Evaluación financiera .....	119
	Evaluación social .....	119
	Impacto Ambiental .....	120
5.15	Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo .....	121
	CONCLUSIONES.....	123
	RECOMENDACIONES .....	125
	ANEXOS .....	126
	BIBLIOGRAFÍA .....	131

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Codificación internacional.....	10
Tabla 2: Potenciales lugares para ubicar la empresa.....	10
Tabla 3: Método de factores ponderados para la localización del proyecto .....	10
Tabla 4: Características de las Mype. ....	13
Tabla 5: Cuadro de asignación personal. ....	15
Tabla 6: características de una Sociedad Anónima Cerrada .....	16
Tabla 7: Régimen Laboral Mype Tributario. ....	20
Tabla 8: Régimen Laboral Especial - Sector Agrario.....	23
Tabla 9: Ficha Técnica de la maracuyá.....	26
Tabla 10: Contenido Nutricional del Maracuyá.....	27
Tabla 11: Calibre de Maracuyá fresco.....	28
Tabla 12: Estacionalidad del producto. ....	28
Tabla 13: Mercados importadores de la partida 0810.90.10.00 del 2013- 2017 ..	31
Tabla 14: Países de destino de maracuyá fresca exportados desde Perú 2013 – 2017 .....	32
Tabla 15: Variables de criterio básico de Selección de Mercado del país.....	33
Tabla 16: Índice de apertura de negocios (10%).....	34
Tabla 17: Producto Bruto Interno (15%).....	35
Tabla 18: Inflación (10%) .....	35
Tabla 19: Población (10%) .....	36
Tabla 20: Arancel 2017 (20%).....	37
Tabla 21: Tasas de crecimiento (15%).....	37
Tabla 22: Riesgo país (20%).....	38
Tabla 23: Resultados .....	38
Tabla 24: Variables de criterio de selección de mercado para elegir el estado de destino.....	39
Tabla 25: Población, 2017 (20%) .....	40
Tabla 26: Tasa de desempleo, 2017 (20%) .....	40
Tabla 27: Densidad poblacional, 2016 (20%).....	41
Tabla 28: Ingreso promedio por hogar (20%).....	41
Tabla 29: Puertos Marítimos 2016 (20%).....	42
Tabla 30: Resultados .....	42
Tabla 31: Distribuidores de Frutas en Barcelona .....	43
Tabla 32: Exportaciones mundiales de la partida 081090.10.00 año 2013 .....	53
Tabla 33: Exportaciones mundiales de la partida 081090.10.00 año 2014 .....	54
Tabla 34: Exportaciones mundiales de la partida 081090.10.00 año 2015 .....	55
Tabla 35: Exportaciones mundiales de la partida 081090.10.00 año 2016 .....	56
Tabla 36: Exportaciones mundiales de la partida 081090.10.00 año 2017 .....	57
Tabla 37: Superficie cosechada Anual (miles de hectáreas).....	58
Tabla 38 : Superficie cosechada - Región (hectáreas).....	59
Tabla 39: Producción Anual (miles de toneladas) .....	59

Tabla 40: Producción por Región (toneladas) .....	60
Tabla 41: Rendimiento Anual (toneladas por hectárea) .....	60
Tabla 42: Rendimiento por Región (toneladas por hectárea) .....	61
Tabla 43: Estacionalidad de la producción .....	62
Tabla 44: Exportaciones peruanas de maracuyá 2013 – 2017 .....	63
Tabla 45: Principales Importadores de Maracuyá Fresca en miles de US\$ .....	65
Tabla 46: Demanda insatisfecha de la partida 0810.90.90.00 en Kilogramos .....	66
Tabla 47: Demanda insatisfecha de la partida 0810.90.90.00 en Kilogramos .....	68
Tabla 48: Proveedores de insumos .....	77
Tabla 49: Costos de Materia Prima por Embarque .....	83
Tabla 50: Mano de Obra Directa .....	83
Tabla 51: Costos Indirectos de Fabricación .....	84
Tabla 52: Gastos de Exportación por Embarque .....	84
Tabla 53: Gastos Administrativos .....	85
Tabla 54: Inversión Fija .....	102
Tabla 55: Requerimientos para el capital de trabajo .....	103
Tabla 56: Intangibles requeridos para el proyecto .....	104
Tabla 57: Inversión Total .....	104
Tabla 58: Estructura de la inversión y financiamiento .....	105
Tabla 59: Recursos propios y préstamos .....	106
Tabla 60: Proyección de ventas .....	107
Tabla 61: financiamiento del proyecto .....	107
Tabla 62: Cronograma de pagos del préstamo bancario .....	108
Tabla 63: Presupuesto de Costos .....	109
Tabla 64: Punto de equilibrio Anual .....	110
Tabla 65: costos de exportación .....	110
Tabla 66: Cuadro de Ingresos .....	111
Tabla 67 : Cuadro de Egresos .....	111
Tabla 68: Flujo de caja económico .....	112
Tabla 69: Flujo de caja financiero .....	113
Tabla 70: Flujo de caja total .....	114
Tabla 71: Estado de Ganancias y pérdidas año 2018 .....	114
Tabla 72: Balance General Año 2018 .....	115
Tabla 73: Estado de ganancias y pérdidas proyectado .....	116
Tabla 74: Balance General Proyectado .....	117
Tabla 75: Escenario Económico .....	118
Tabla 76: Escenario Financiero .....	119
Tabla 77: Impacto ambiental .....	120
Tabla 78: Beneficio costo económico .....	121
Tabla 79: Beneficio costo financiero .....	122

## INDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1: Búsqueda del nombre de la empresa .....	9
Ilustración 2: Estructura Orgánica de la empresa.....	13
Ilustración 3: Maracuyá. ....	24
Ilustración 4: Flujograma del proceso productivo. ....	29
Ilustración 5: Tarifa Ad Valorem .....	47
Ilustración 6: Barreras Arancelarias .....	50
Ilustración 7: Principales exportadores de maracuyá fresca (US\$ FOB, 2017)....	64
Ilustración 8: Proyección de la demanda de maracuyá fresca 2018-2022 .....	67
Ilustración 9: Canal de Distribución .....	70
Ilustración 10: LAY OUT.....	71
Ilustración 11: Alveolos .....	72
Ilustración 12: Diseño de la marca .....	73
Ilustración 13 : Diseño de la marca .....	74
Ilustración 14: Pallets .....	75
Ilustración 15: Unitarización de la carga.....	75
Ilustración 16 : Flujograma de la cadena de Distribución Logística.....	76
Ilustración 17: Esquema del proceso de cadena de exportación .....	80
Ilustración 18: Flujograma del proceso de cotización internacional.....	86
Ilustración 19: Incoterm FOB.....	98

## **DEDICATORIA**

Este proyecto va dedicado a mis  
padres, a pesar de la distancia,  
Los tengo presente cada día de mi vida.

## RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo del plan de negocios está orientado a generar un incremento de exportaciones del maracuyá fresco orgánica en la ciudad de Chiclayo, para un mercado que importa grandes cantidades como lo es Barcelona, España.

La información para poder realizar este plan de negocios se obtuvo mediante fuentes primarias y secundarias, las cuales fueron validadas por docentes académicos de la Universidad San Martín Porres, y personas de amplio conocimiento sobre la exportación del maracuyá fresco orgánica y sus beneficios.

Luego de realizar un análisis de micro y macro segmentación de mercado, se decidió Barcelona, España, debido al incremento que en los años el Perú viene exportando en grandes cantidades al país en mención.

La marca con la que se posicione el producto será con “Exportadora Perú S.A.C” resaltando que nuestro producto es de origen peruano ya que en otros países el producto originario de Perú tiene una alta aceptación de la demanda y conforme se logre posicionar en el mercado, se irán incrementando las ventas. La evaluación financiera realizada demuestra que el proyecto es rentable, habiéndose realizado análisis de escenarios teniendo en cuenta las variables críticas que podrían afectar los volúmenes de venta, los precios del producto.

# 1 ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

## 1.1 Nombre o razón social

La empresa Exportadora Perú S.A.C constituida como persona jurídica, el cual tiene como objetivo desarrollar, fomentar y promover negocios inclusivos en el mercado exterior ofreciendo un valor agregado a nuestro primer producto maracuyá fresco orgánico; y así como éste seguiremos creciendo y mejorando nuestra empresa para así poder ofrecer diversos productos y mantener a nuestros clientes al día.

Se realizó la consulta en SUNAT y se determinó que Exportadora Perú S.A.C no se encuentra registrado dentro de las empresas registradas.

The image shows a screenshot of the SUNARP (Superintendencia Nacional de los Registros Públicos) website search page. The page title is "BÚSQUEDA DE PERSONAS JURÍDICAS INSCRITAS". Under the heading "CRITERIO DE BÚSQUEDA", there are two search criteria: "1.- Razón o Denominación:" with the value "EXPORTADORA PERU" entered in the text box, and "2.- Siglas:" with the value "SAC" entered in the text box. There are "Buscar" and "Limpiar" buttons. The page footer includes the SUNARP logo, navigation links (INICIO, INSTITUCIONAL, PRENSA, ESTADÍSTICAS, CONTÁCTENOS), and a "Portal de Transparencia" link. A message at the bottom of the search area states: "Lo sentimos, no se encontraron resultados vuelva a intentarlo con otro criterio..."

Ilustración 1: Búsqueda del nombre de la empresa

Fuente: Sunarp

## 1.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU).

La actividad económica que desarrollará Exportadora Perú S.A.C es la exportación del producto maracuyá fresco orgánico al mercado de Barcelona - España, por tal motivo, la actividad económica correspondiente es:

Tabla 1: Codificación internacional

CIIU 4	A0122.03.01	Cultivo de maracuyá
--------	-------------	---------------------

Fuente: Inei

### 1.3 Ubicación Y Factibilidad Municipal y Sectorial.

Para iniciar el funcionamiento de las actividades para la exportación de maracuyá fresca orgánica se han establecido factores de localización como lo son la cercanía a socios de la empresa, cercanía al proveedor, costo de instalación, cercanía a puerto.

Tabla 2: Potenciales lugares para ubicar la empresa

OPCIONES	DISTRITOS
A	CHICLAYO
B	LAMBAYEQUE
C	FERREÑAFE

Elaboración: Propia

Tabla 3: Método de factores ponderados para la localización del proyecto

FACTORES	PESO RELATIVO	CLASIFICACIÓN		
		CHICLAYO	LAMBAYEQUE	FERREÑAFE
Cercanía a socios de la empresa.	30%	10	7	6
Cercanía a proveedores.	15%	6	7	10
Costo de instalación.	25%	10	7	5
Costos laborales.	15%	8	8	7
Cercanía a puerto.	15%	9	8	7
TOTAL	100%	8.95	7.3	6.65

Elaboración: Propia

Después de haber desarrollado la tabla anterior, se puede observar que la mejor alternativa es Chiclayo, ya que ha obtenido la mayor calificación.

Es por ello que es necesario resaltar que la empresa Exportadora Perú S.A.C. acopiará el maracuyá fresco de la Asociación de Pequeños Productores de Tongorrape ya que en todo el Perú son los que únicos que proveen este fruto y gracias a ello hace que la empresa FRUTOSA sea líder en la exportación de jugo de maracuyá, es por ello que se le considera como único proveedor de maracuyá fresca orgánica y como se encuentra ubicada en la ciudad de Chiclayo nuestra planta será ubicada en la Urb. La parada Mz. D Lote 3 – Chiclayo, el cual es un almacén propio y es un punto a favor para este plan.

#### **1.4 Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha**

##### **Misión**

La empresa Exportadora Perú S.A.C se encargará de satisfacer la demanda de los consumidores de maracuyá orgánico en el mercado de Barcelona – España.

##### **Visión**

Ser una empresa exportadora líder en el mercado nacional e internacional, que se caracterice por el cumplimiento de estándares de calidad, innovación constante de nuestros procesos y protección del medio ambiente, en el mercado de España, así como también cubrir nuevos mercados de maracuyá fresca orgánico para el año 2022.

### **Objetivo General:**

Es cumplir en el lapso de un año lograr el punto de equilibrio de la inversión y las ventas.

### **Objetivo Específico:**

- Aumentar los puntos de ventas en el mercado objetivo.
- Innovar nuevas presentaciones en base al producto que se exportará, el maracuyá fresco orgánica.
- Perfeccionar los canales de publicidad para así incrementar las ventas de nuestro producto.
- Fidelizar a nuestros clientes y proveedores.

### **Valores:**

- Integridad.
- Responsabilidad.
- Calidad.
- Conciencia Ambiental.
- Confianza.
- Compromiso.
- Innovación

### **1.5 Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa, características.**

La empresa "EXPORT PERU S.A.C", se acogerá al régimen MYPE Tributario categorizado como pequeña empresa y por ser una persona jurídica domiciliada en el país con ventas menores a 1700 UIT.

Tabla 4: Características de las Mype.

Categoría Empresarial	Ventas Anuales	Ventas
Pequeña Empresa	Superior a 150 UIT hasta 1700 UIT.	Superior a s/.555, 000.0 hasta s/. 6 290,000.0
Microempresa	Hasta 150 UIT	Igual a s/555,000.0
Mediana Empresa	Superior a 1700 UIT hasta 2300 UIT	Superior a s/.6 290,000.0 hasta s/. 8 510,000.0

Elaboración: Propia  
Fuente: Sunat

### 1.6 Estructura Orgánica

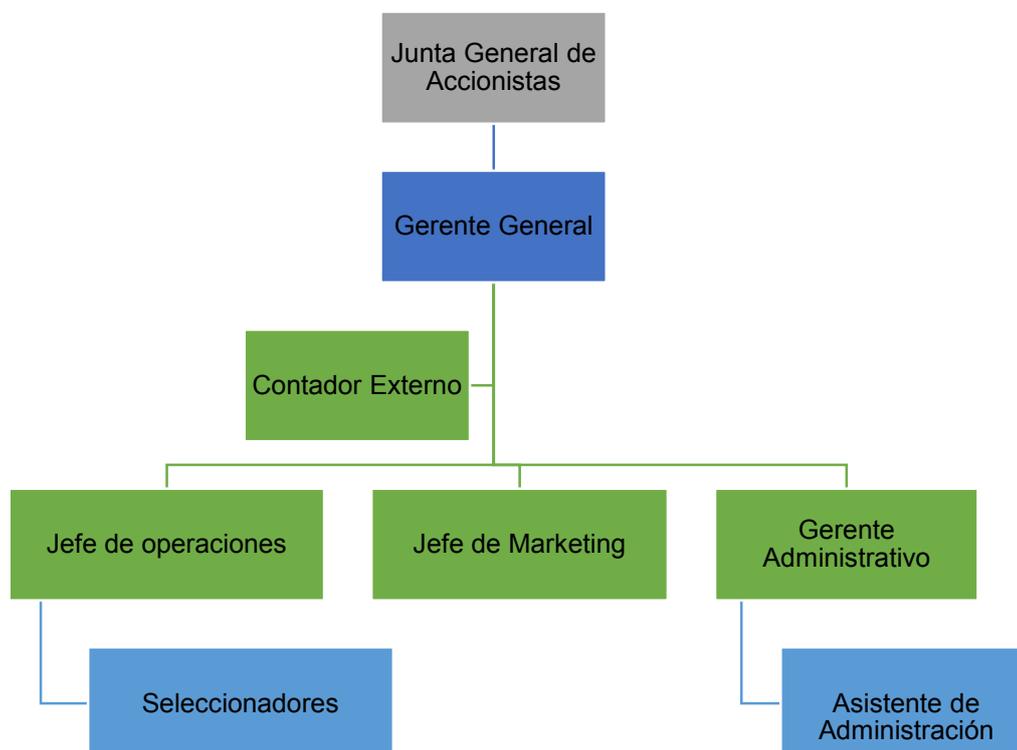


Ilustración 2: Estructura Orgánica de la empresa

Elaboración: Propia

## **Junta General de Accionistas**

Se encuentra conformado por dos socios

## **Gerente General**

El Gerente general es el encargado de llevar el control de todas las áreas y planear las acciones a realizar anualmente, como también establecer metas para el crecimiento de la empresa a mediano y largo plazo. El gerente general mantendrá un contacto estrecho y ameno con los proveedores y los potenciales clientes que tiene la empresa.

## **Gerente Administrativo**

Se encargará de planear, organizar y controlar las actividades de la empresa y supervisar el cumplimiento de políticas estipuladas por la empresa.

## **Asistente de Administración**

Persona encargada de realizar la parte documentaria y apoyo al gerente administrativo.

## **Jefe de Operaciones**

Es el encargado de la logística de la empresa como las compras de los insumos y materiales y tiene como principal función coordinar las operaciones con el gerente y verificar que se cumpla con los pedidos.

## **Contador**

Persona encargada de llevar la contabilidad de la empresa la cual se tercerizará sus servicios ya que solo se necesitará por ciertos periodos de tiempo.

## Jefe de Marketing

Persona encargada de desarrollar y aplicar estrategias de posicionamiento y publicidad.

## Seleccionadores

Personal encargado de proceso de selección y limpieza del producto, para luego proceder a empacar la fruta a exportar, realizará las coordinaciones directamente con el jefe de operaciones.

### 1.7 Cuadro de asignación personal.

La empresa Exportadora Perú S.A.C está conformada por 6 trabajadores que se acogen al régimen especial laboral

Cabe señalar que Gerente general será a su vez el Gerente administrativo y el jefe del área de marketing y se detallaran en el siguiente cuadro.

Tabla 5: Cuadro de asignación personal.

CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PERSONAL - REGIMEN ESPECIAL LABORAL									
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

N° Trabajadores	Cargo en la empresa	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Gratificaciones	CTS	Asignación Familiar	Vacaciones	Sub Total	9% Es Salud
01	Gerente general - Jefe de Marketing	1,000.00	12,000.00	0	0	0	500.00	12,500.00	1,125.00
01	Jefe de Operaciones	850.00	10,200.00	0	0	0	425.00	10,625.00	956.25.0
01	Asistente de administración	750.00	9,000.00	0	0	0	375.00	9,375.00	843.75
	TOTAL	2,600.00	31,200.00	0	0	0	1,300.00	32,500.00	2,925.00

Elaboración: Propia

En la modalidad de 4ta categoría es decir por recibo por honorarios serán los siguientes:

CUADRO DE RECIBO POR HONORARIOS - 4TA CATEGORIA										
N° Trabajadores	Cargo en la empresa	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Gratificaciones	CTS	Asignación Familiar	Vacaciones	Sub Total	9% Es Salud	TOTAL
01	Contador externo	325.00	3,900.00	0	0	0	0	0	0	3,900.00
02	Seleccionadores	320.00	4,320.00	0	0	0	0	0	0	4,320.00
	<b>TOTAL</b>	<b>645.00</b>	<b>8,220.00</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>8,220.00</b>

Elaboración: Propia

### 1.8 Forma jurídica Empresarial

De acuerdo a la ley Nro. 26887, vigente desde el año 1998, se establece la ley de sociedades que busca un comportamiento formal y adecuado de las diversas formas societarias.

Exportadora Perú S.A.C será una Sociedad Anónima Cerrada, teniendo en cuenta la denominación y las características que se detallará:

Tabla 6: características de una Sociedad Anónima Cerrada

Detalle	Cantidad de Accionistas/Socios		Capital de acciones
	Mínimo: 2	Máximo: 20	
<b>Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C)</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>Capital definido por aportes de cada socio.</li> <li>Se deben registrar las acciones en el registro de Matricula de acciones.</li> </ul>

Fuente: (Gobierno del Perú , 2018)

Elaboración: Propia

La empresa estará compuesta por 2 socios, las acciones serán divididas en partes iguales las cuales serán aportadas en dinero en efectivo.

### **1.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI.**

El registro de la marca del producto será bajo la normativa de INDECOPI (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual), para poder realizar el registro de marca debemos presentar lo siguiente:

- ✓ Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrado).
- ✓ Indicar los datos de identificación del(s) solicitante(s):
  - Para el caso de personas naturales: consignar el número del Documento Nacional de Identidad (DNI), Carné de Extranjería (CE) o Pasaporte e indicar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
  - 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.
- ✓ Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).
- ✓ Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
- Si la marca es mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).

- De ser posible, se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: [logos-dsd@indecopi.gob.pe](mailto:logos-dsd@indecopi.gob.pe) (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles).
- ✓ Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen. Para saber las clases a las cuáles pertenecen los productos o servicios a distinguir, se sugiere entrar al buscador PERUANIZADO.
- ✓ En caso de una solicitud multiclase, los productos y/o servicios se deben indicar agrupados por la clase, precedidos por el número de clase correspondiente y en el orden estipulado por la Clasificación Internacional de Niza.
- ✓ De reivindicarse prioridad extranjera sobre la base de una solicitud de registro presentada en otro país, deberá indicarse el número de solicitud cuya prioridad se reivindica, así como el país de presentación de la misma. En esta situación particular, se deberá adjuntar copia certificada emitida por la autoridad competente de la primera solicitud de registro, o bien certificado de la fecha de presentación de esa solicitud, y traducción al español, de ser el caso.
- ✓ Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
- ✓ Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite.

#### **1.10 Requisitos y trámites Municipales.**

##### **Solicitud de licencia municipal**

En este paso acudimos a la municipalidad del distrito en donde va a estar ubicada físicamente nuestra empresa, y tramitamos la obtención de la licencia

de funcionamiento. Por lo general, los documentos que debemos presentar son:

- ✓ Fotocopia del RUC.
- ✓ Certificado de Zonificación (zona industrial, zona comercial, zona residencial, etc.).
- ✓ Croquis de la ubicación de la empresa.
- ✓ Copia del contrato de alquiler o del título de propiedad del local.
- ✓ Copia de la Escritura Pública.
- ✓ Recibo de pago por derecho de licencia.
- ✓ Formulario de solicitud.

### **Obtención del número de RUC**

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es lo que identifica a una persona o empresa ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) para el pago de los impuestos.

Toda Persona Natural o Jurídica está obligada a inscribirse en el RUC, de lo contrario será sancionada de acuerdo con el Código Tributario, igual que los inscritos en el RUC que no presenten la declaración.

### **Comprar y legalizar libros contables**

En este paso compramos los libros contables necesarios dependiendo del régimen tributario al cual nos hayamos acogido y, posteriormente, los llevamos a una notaría para que sean legalizados por un notario público.

## Inscribir trabajadores en Es Salud

En este paso registramos a nuestros trabajadores ante el Seguro Social de Salud (Es Salud) a través de un formulario que podemos obtener en la misma SUNAT. Este registro permite a los trabajadores acceder a las prestaciones que otorga dicha entidad.

### 1.11 Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades.

La empresa “Exportadora Perú S.A.C”, se acogerá al régimen MYPE Tributario, el cual se detallará en el siguiente cuadro:

Tabla 7: Régimen Laboral Mype Tributario.

Detalle	Régimen MYPE Tributario (RMT)
Persona Jurídica	Si
Límites de ingresos al año	Ingresos netos que no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior)
Límite de compras al año	Sin limite
Comprobantes de pago que puede emitir	Factura, boleta y todos los demás permitidos
Declaración Jurada anual –Renta	Si
Pago de Tributos mensuales	Renta: Si no superan las 300 UIT de ingresos netos anuales: pagarán el 1% de los ingresos netos obtenidos en el mes. Si en cualquier mes superan las 300 UIT de ingresos netos anuales pagarán 1.5% o coeficiente.
	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).
Restricción por tipo de actividad	No tiene
Valor de activos Fijos	Sin límite
Trabajadores	Sin limite
Posibilidad de deducir gastos	Si tiene
Pago del Impuesto Anual en función a la utilidad	Si tiene

Fuente: (SUNAT, 2018)

Elaboración: Propia

Las reglas de acogimiento del Régimen MYPE Tributario (RMT) son las siguientes:

<b>Régimen MYPE Tributario (RMT)</b>	
<b>Requisitos</b>	Con la declaración mensual que corresponde al mes de inicio de actividades.*

\*Siempre que se efectúe dentro de la fecha de vencimiento

Fuente: (SUNAT, 2018)

Elaboración: Propia

Los medios para cumplir con las obligaciones de declaración y pago son las siguientes:

<b>Medios de declaración y Código de Tributos</b>	<b>RMT</b>
<b>Medios de declaración</b>	FV 1621 FV Simplificado 1621 Declaración Fácil PDT 621
<b>Código de tributo (pago mensual)</b>	3121

Fuente: (SUNAT, 2018)

Elaboración: Propia

Considerando que la empresa Exportadora Perú S.A.C es una empresa que tendrá actividad económica de exportación de productos agrícolas.

### **1.12 Registro de Planillas Electrónicas (PLAME)**

Es el componente de la planilla electrónica la cual se elabora a partir de la información del T- Registro y este se debe presentar de forma mensual de acuerdo al cronograma que establecerá la SUNAT.

La PLAME (Planilla mensual de pagos) contiene la siguiente información mensual:

Trabajador: las remuneraciones e ingresos devengados y/o pagados, así como datos de la jornada laboral, descuentos, tributos, aportes y contribuciones.

Pensionista: Los ingresos devengados y/o pagados, descuentos, tributos, aportes y contribuciones.

Prestador de servicio con rentas de cuarta categoría (PS 4ta categoría): el monto pagado por el servicio, así como los datos del comprobante.

Personal en formación: el monto pagado de la subvención económica o estipendio.

Personal de terceros: base de cálculo del aporte al Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR) a cargo del ESSALUD, la tasa y el aporte al SCTR contratado con Es Salud.

### **1.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral.**

La empresa “EXPORTADORA PERU S.A.C”, se acogerá al Régimen laboral especial (Promoción del sector agrario), la cual está comprendida en dicho régimen por ser una empresa agroindustrial que utiliza productos agropecuarios.

Tabla 8: Régimen Laboral Especial - Sector Agrario

Vigencia	La Ley se aplicará hasta el 31 de diciembre de 2021.
Modo de Contratación	El empleador puede contratar a los trabajadores a Plazo determinado o a Plazo indeterminado.
Remuneración	EL pago según Ley es diario, puede ser semanal y quincenal. Tiene como base la RMV.
Compensación por tiempo de servicio	La CTS está incluida en la remuneración diaria o quincenal.
Vacaciones	15 días calendario anual.
Alimentación directa	Es potestad del empleador brindar la prestación directa, cual no está computable a RMV.
Jornada	La jornada de trabajo es de 8 horas diarias o 48 semanales.
Seguro de Salud Agrario	El aporte es de 4% de la remuneración.
Sistema Pensionario	Puede afiliarse a la ONP o AFP.
Indemnización por despido arbitrario	15 días remuneraciones diarias por cada año, con un máximo 180 remuneraciones diarias.
Derechos Colectivos	Derecho a la libertad Sindical.
Gratificaciones	Las gratificaciones de Fiesta Patrias y Navidad están incluido en la remuneración diaria.

Elaboración: Propia

Fuente: Ley 27360

#### 1.14 Modalidades de Contratos Laborales.

La modalidad de contratación de los colaboradores será en dos formas, el gerente general, el jefe de operaciones, asistente de administración a tiempo determinados y los operarios por campaña.

### **1.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.**

Los socios tienen una responsabilidad limitada; es decir, que su responsabilidad se encontrará restringida al capital que aporten los 2 socios en este caso los dos socios invertirán el mismo monto, por lo cual los dos tienen las mismas responsabilidades.

## **2 PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL**

### **2.1 Descripción del producto**

El maracuyá conocido como la fruta de la pasión, su nombre científico es *Passiflora Edulis*. La fruta posee una textura lisa y brillante, con piel amarilla o violáceo y naranja dependiendo de su madurez y variedad; su pulpa tiene una primera capa delgada pegada a la piel de color carmesí, seguida de una segunda capa fina de color blanca que protege a las semillas de su interior; las semillas negras grisáceas están envueltas en una especie de gelatina de color anaranjado o amarillo verdoso, muy jugosa, agridulce y muy aromática; su sabor recuerda la piña y la guayaba.



Ilustración 3: Maracuyá.

### **Clasificación arancelaria**

Entendemos por clasificación arancelaria a la identificación de un producto o artículo determinado, con un código numérico denominado Nomenclatura Arancelaria, que expresa la descripción del producto o artículo en las declaraciones aduaneras de importación o exportación.

Tomando en cuenta el Arancel Nacional de Aduanas, la partida Arancelaria para el Maracuyá Fresco en el Perú es **0810.90.10.00** - Las demás frutas u otros frutos frescos.

Sección:	II Producto del reino vegetal.
Capítulo 8:	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (Cítricos), melones o sandías.
Ad Valorem	6%

### **Definir propuesta del valor del producto**

El producto que se pretende vender, brindara la seguridad al consumidor sobre los nutrientes que está consumiendo, es por ello que la propuesta de valor es al cliente que consiste en:

- Garantizar con certificaciones la calidad y las Buenas Prácticas Agrícolas de nuestros productos.
- Las propiedades que destaca el producto es de relajación, desintoxicantes y pectoxifilina; también es favorable para tratamientos del colesterol.
- Su alto valor Nutricional con Vitamina A, B y C.
- Satisfacer por la forma del producto, la textura, el olor, dulzor y sabor (muy jugosa, agridulce y aromática).

Nuestra propuesta de valor se regirá a que el producto será orgánico y al cuidado del fruto como lo es una cera especial ecológica el cual permitirá que el producto tenga más tiempo de duración durante el viaje y que la presentación de la fruta llegue en buen estado.

## Ficha técnica comercial

El maracuyá se caracteriza por su alto valor nutricional contiene vitaminas A, B y C es favorable para tratamientos del colesterol, es baja en grasa, posee propiedades tranquilizantes y desintoxicantes. Es un fruto de forma globosa u ovoide, carnosa; su tamaño varía en promedio 40mm a 60mm de diámetro, su color es amarillo o violáceo y naranja dependiendo la variedad y madurez de la fruta externamente, muy jugosa, agridulce y muy aromática.

Tabla 9: Ficha Técnica de la maracuyá.

	<b>Producto:</b> "Maracuyá Fresco"
<b>Nombre Comercial</b>	<b>Maracuyá</b>
<b>Nombre científico</b>	Passiflora Edulis
<b>Subpartida Nacional</b>	0810.90.10.00
<b>Variedades</b>	Amarillo ácido, Morado, De mesa y Rojo.
<b>Origen</b>	De la Región Amazónica, desde el Sur de Colombia hasta el Norte de la República Argentina y Uruguay.
<b>Usos y aplicaciones</b>	Para la alimentación, rica en polifenoles y betacarotenos; el maracuyá destaca por que posee propiedades desintoxicantes y pentoxifilina.
<b>Descripción</b>	Producto fresco, elaborado con los frutos enteros, sanos, limpios de la especie Passiflora Edulis, Variedad amarillo ácido, empacadas en cajas de cartón y preservadas en cámaras de conservación entre 5°C a 7°C.
<b>Presentación</b>	Maracuyá Frescas, en cajas de cartón corrugado de 4.1 Kg

<b>Características organolépticas – Calidad clase I</b>	Maracuyá debe ser de buena calidad. Deben ser características y/o comercial tipo, con defectos leves siempre que no afecten al aspecto general del producto, la calidad, estado de conservación y presentación en el envase.
	Color: Uniforme, característico a la variedad amarillo ácido del maracuyá y el encerado de la fruta.
	Olor: característico, libre de olores extraños.
	Apariencia física: Textura compacta, ovalada y dura.
	Forma: característico de la variedad.
<b>Características fisicoquímicas</b>	Brix: >13.0
	Acidez: Max. 4.5%

Elaboración: Propia.

### Información nutricional

Tabla 10: Contenido Nutricional del Maracuyá.

ESTRUCTURA		CANTIDAD
Calorías		78,0
Humedad	%	85
Proteínas	gr.	0,8
Grasa	gr.	0,6
Carbohidratos	gr.	2,4
Fibra	gr.	0,2
Calcio	mg.	5,0
Fósforo	mg.	18,0
Hierro	mg.	0,3
Vitamina A activada	mg.	684,0
Riboflavina	mg.	0,1
Ácido Ascórbico	mg.	20,0
Niacina	mg.	2,2

Elaboración: Propia.

### Calibres:

Se clasifica de acuerdo al diámetro del maracuyá correspondiente al tamaño superior y/o inferior a lo establecido con el comprador.

El rango de variación de tamaño máximo entre los frutos será de 60mm, dentro de una misma caja de cartón corrugado.

Tabla 11: Calibre de Maracuyá fresco.

CALIBRE		A	B	C	D	E	F
DIÁMETRO(M M)	MÍNIMO	96	84	73	63	55	49
	MÁXIMO	110	95	83	72	62	54

Elaboración: propia

El calibre que se usará en el proyecto y es usual en la producción orgánica entre los calibres de 40/49mm y 50/59mm. **Zonas de producción:** Piura, Lambayeque, Lima, Huaraz y la Amazonia.

### Estacionalidad de exportación del Maracuyá en el mundo:

Es necesario señalar que los meses en los cuales la empresa Exportadora Perú S.A.C exportará el maracuyá fresco orgánica será en los meses de abril – mayo – junio, ya que en Europa en esos meses inicia la temporada de verano y se incrementa la demanda de frutos tropicales.

Tabla 12: Estacionalidad del producto.

Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic

 Estacionalidad

## Adecuación vs universalización del producto

### Adecuación.

Nuestro producto a exportar es Maracuyá orgánica, el cual va dirigido hacia los supermercados y mercados de abastos de Barcelona – España, para ello pasa por el siguiente proceso productivo.

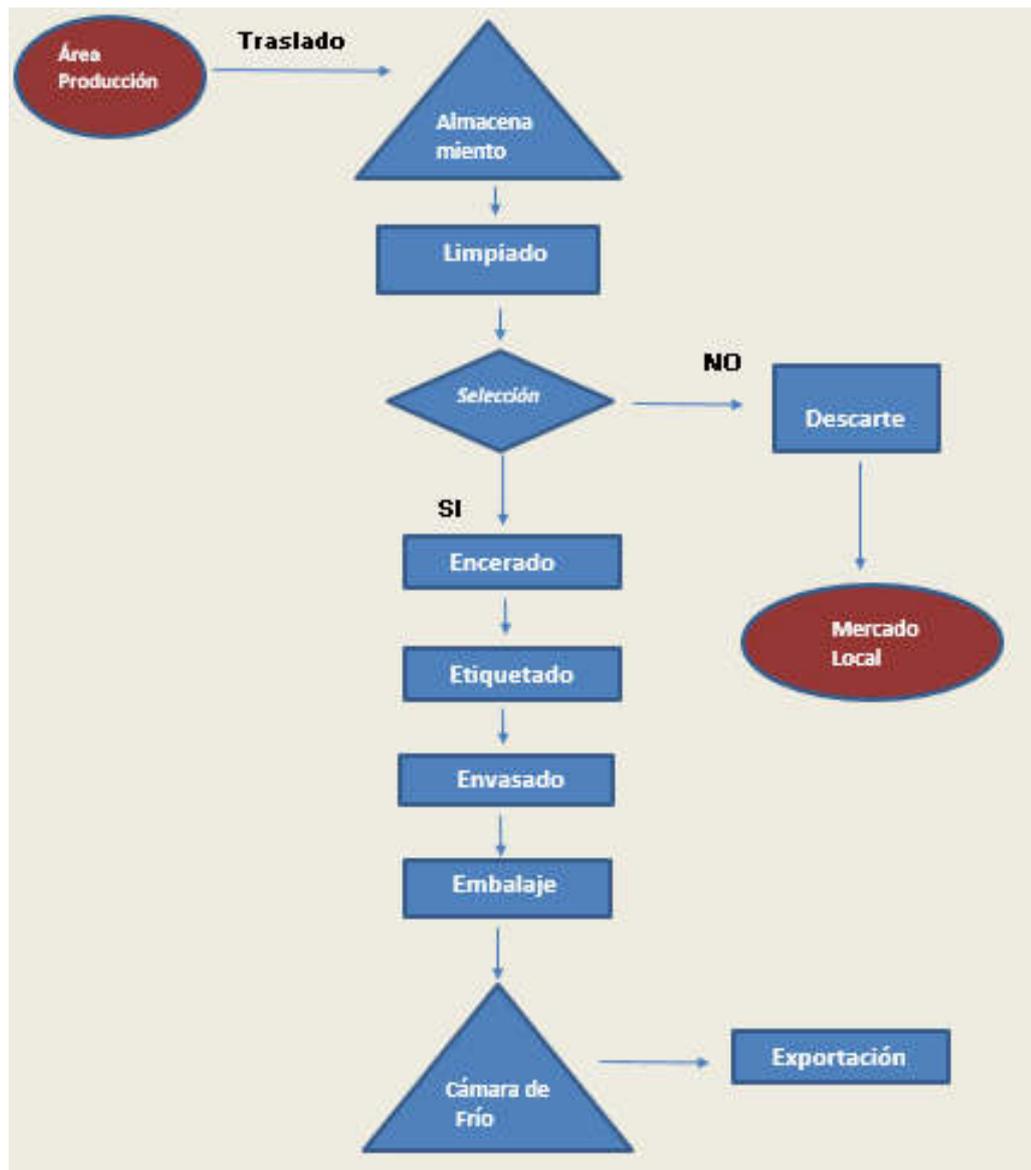


Ilustración 4: Flujo gram del proceso productivo.

Elaboración: Propia.

## **Universalización**

Para que nuestro producto sea de fácil reconocimiento en otros países, debe ser universalizado, es decir debe reunir ciertas características que puedan ser conocidas internacionalmente. Para lo cual tiene las siguientes características:

Empaque primario: Alveolos de plástico de 18 frutos

Empaque secundario: Caja de cartón corrugado de 4.1 Kg

El maracuyá es una fruta que destaca por las propiedades de relajación, desintoxicantes y pectoxifilina. Es un fruto que puede prevenir dolores menstruales o espasmos estomacales y bronquiales. Además, ayuda a combatir ciertos problemas como el insomnio o estrés, reduce los dolores musculares y de cabeza, Elimina la tos y los problemas respiratorios como consecuencia del asma.

Debido a sus múltiples ventajas para la salud, el maracuyá fresco es un fruto potencial para la exportación, por ello entre los países que la demandan encontramos a España, puesto que el consumidor español registra un alto consumo de productos ecológicos en especial la zona norte con un 38% y el área metropolitana de Barcelona destaca el consumo de estos productos con más de 47% de compradores. Nuestro producto a exportar va a un distribuidor el cuál lo posicionara en los mercados de abastos y supermercados.

### **2.2 Investigación del Mercado Objetivo**

En base a la investigación realizada, el presente plan eligió como destino Barcelona- España como el mercado objetivo, tomando como referencia diversas fuentes como: SUNAT, BANCO MUNDIAL, CIA, MACMAP,

TRADINGECONICOMIC, SIICEX, de la partida 0810.90.10.00, el cual se detalla a continuación en la macro y micro segmentación.

### **Segmentación de mercado objetivo macro y micro segmentación**

#### **Macro Segmentación**

La macro segmentación se encarga de identificar los grandes conjuntos de productos/mercado, el cual nos ayudara a definir el campo de actividad de la empresa.

Tabla 13: Mercados importadores de la partida 0810.90.10.00 del 2013- 2017

<b>PAISES</b>	<b>TOTAL IMPORTADO EN US\$</b>	<b>CANTIDAD IMPORTADA EN KG</b>	<b>VALOR DE LA UNIDAD EN US\$</b>
Países Bajos	951,182,000	321,405,000	2.9594
España	870,333,000	941,098,000	0.9248
Hong Kong, China	769,916,000	1,066,236,000	0.7221
Estados Unidos de América	749,305,000	827,722,000	0.9053
Alemania	586,374,000	265,263,000	2.2105
Viet Nam	507,247,000	554,029,000	0.9156
Emiratos Árabes Unidos	408,170,000	242,174,000	1.6854
Reino Unido	271,427,000	101,828,000	2.6655
Kuwait	267,314,000	154,109,000	1.7346
Bélgica	265,732,000	117,682,000	2.2581
Los demás (208)	7,663,713,000	8,775,603,040	0.8733

Fuente: (TRADE MAP , 2018)

Elaboración: Propia

Como se puede observar en la tabla 13 una lista de 218 potenciales países importadores del maracuyá fresco, de la cual se ha destacado los 10 primeros países, siendo países bajos uno de los países que compra en grandes cantidades y tiene un valor FOB en dólares de más de 950 mil dólares durante los 5 últimos años, siguiéndole España teniendo un precio promedio por kilogramo de 0.92. Dólares el kilogramo de maracuyá fresca, también Hong Kong – China, Estados Unidos de América.

Tabla 14: Países de destino de maracuyá fresca exportados desde Perú 2013

– 2017

<b>PAÍSES DE DESTINO</b>	<b>CANTIDAD EN KG</b>	<b>FOB USD</b>	<b>PREC. PROM. KG EN US\$</b>
Italia	122,168	253,194	2.07
Países Bajos	68,240	293,684	4.30
España	10,236	23,946	2.34
Francia	9,346	46,874	5.02
Canadá	4,227	14,624	3.46
Chile	4,125	10,312	2.50
Suiza	1,111	1,165	1.05
Alemania	962	4,273	4.44
Estados Unidos	772	2,584	3.35
Aruba	85	104	1.22
Hong Kong	50	36	0.72
Reino Unido	30	12	0.40
Grecia	14	70	5.00

Fuente: (TRADE MAP , 2018)

Elaboración: Propia

Los principales países de destino a los que el Perú exporta maracuyá fresca son 13, como lo detalla la tabla 14 lo lidera Italia con más de 122 mil kg con valor FOB US\$ 253,194, siguiendo países bajos con un valor FOB US\$ 293,684 y un peso neto de 68,240 kg, luego se encuentra España con un valor FOB US\$ que supera los 23 mil dólares y un peso neto de 10,236 kg.

Para la macro segmentación del mercado objetivo, se tomó de un universo de 8 países de destino del maracuyá, luego se eligieron los 3 principales países como son: Italia, Francia y España.

Tabla 15: Variables de criterio básico de Selección de Mercado del país

<b>Criterios</b>	<b>Expresado en</b>	<b>Ponderación %</b>
<b>1.Índice de apertura de un negocio</b>	Puesto	10%
<b>2.PBI</b>	Dólares	15%
<b>3.Inflación</b>	Porcentaje	10%
<b>4.Población</b>	N° habitantes	10%
<b>5.Arancel</b>	Porcentaje	20%
<b>6. Tasa de crecimiento</b>	Porcentaje	15%
<b>7. Riesgo País</b>	Valoración	20%
	<b>Total</b>	100%

Elaboración: Propia.

La tabla 15 podemos apreciar los criterios que se tomaron para realizar la selección del mercado objetivo, seleccionando los siguientes criterios: apertura de negocio, PBI, inflación, arancel, tasa de crecimiento, y riesgo país que con

la ponderación y los valores de cada uno de los países seleccionados para evaluarlos: Italia, Francia y España.

En el siguiente criterio de apertura de negocio, muestra la facilidad para iniciar un negocio y las exigencias que se tiene al ingresar a dichos mercados.

El mayor puesto expresa la dificultad que tiene en establecer una negociación, y el menor indica la facilidad que se tiene para apertura una negociación.

Tabla 16: Índice de apertura de negocios (10%)

<b>País</b>	<b>Expresado en Puesto</b>	<b>Valoración</b>	<b>Resultado</b>
<b>España</b>	86	1	10%
<b>Italia</b>	66	2	20%
<b>Francia</b>	25	3	30%

Fuente: (Doing Business, 2017)

Elaboración: Propia

En la tabla 16 indica la clasificación de los tres países, España con 10 %, Italia con 20 % y Francia con 30% siendo este país con mayor facilidad para hacer negocio debido a que se encuentra en el puesto 25.

El siguiente criterio PBI, muestra la producción de bienes y servicios de demanda anual de los tres países expresado en valor monetario. Siendo mayor el PBI expresado en moneda dólares se asigna un puntaje mayor de valoración.

Tabla 17: Producto Bruto Interno (15%)

<b>País</b>	<b>Expresado en US\$</b>	<b>Valoración</b>	<b>Resultado</b>
<b>España</b>	1,314,589	1	15%
<b>Italia</b>	1,938,834	2	30%
<b>Francia</b>	2,584,305	3	45%

Fuente: (Datosmacro, 2017)  
Elaboración: Propia.

En la Tabla 17 se muestra a tres países; España con PBI de \$ 1, 314,589.00 tiene como resultado 15 %, Italia con PBI \$ 1, 938, 834.00 obteniendo como resultado 30% y Francia con PBI \$ 2, 584,305.0 obteniendo el 45%.

El siguiente criterio Inflación, permite conocer la disminución del poder adquisitivo de la moneda a través del tiempo de la economía de un país. Siendo el mayor índice inflación expresado en porcentaje es menor el puntaje de valoración.

Tabla 18: Inflación (10%)

<b>País</b>	<b>Expresado en %</b>	<b>Valoración</b>	<b>Resultado</b>
<b>España</b>	1.1	2	20%
<b>Italia</b>	0.5	3	30%
<b>Francia</b>	1.2	1	10%

Fuente: (Datosmacro, 2017)  
Elaboración: Propia.

En la tabla 18 indica que España tiene un índice de 1.1 % obteniendo como resultado para nuestra evaluación el 20 %, Italia con un índice de 0.5 % se tiene como resultado el 30% y Francia con un índice de 1.2 % obteniendo un resultado de 10%.

El siguiente criterio de población, muestra el crecimiento demográfico de los siguientes tres países. Siendo el país con mayor población expresado en n° de habitantes se asigna un mayor puntaje de valoración.

Tabla 19: Población (10%)

<b>País</b>	<b>Expresado en N° de habitantes</b>	<b>Valoración</b>	<b>Resultado</b>
<b>España</b>	45,878,316	1	10%
<b>Italia</b>	59,932,329	2	20%
<b>Francia</b>	65,210,322	3	30%

Fuente: (Countrymeters, 2018)

Elaboración: Propia

En la tabla 19, se tiene como resultado del análisis que España obtiene el 10 %, Italia el 20 % y Francia el 30%.

El siguiente criterio Arancel, es importante para nuestros compradores (importadores) debido que ellos obtendrán beneficios al momento del desaduanaje.

Tabla 20: Arancel 2017 (20%)

<b>País</b>	<b>Expresado en %</b>	<b>Valoración</b>	<b>Resultado</b>
<b>España</b>	0%	3	60%
<b>Italia</b>	0%	2	30%
<b>Francia</b>	0%	1	15%

Fuente: (SUNAT, 2018)  
Elaboración: Propia

En la tabla 20 muestra que los tres países España, Italia y Francia obtienen beneficios por el tratado de libre comercio.

El siguiente criterio de Tasa de Crecimiento, refleja el un aumento de una población en un periodo de un año. Siendo mayor la tasa de crecimiento se asigna un puntaje mayor de valoración.

Tabla 21: Tasas de crecimiento (15%)

<b>País</b>	<b>Expresado en %</b>	<b>Valoración</b>	<b>Resultado</b>
<b>España</b>	3.1%	3	45%
<b>Italia</b>	1.5%	1	15%
<b>Francia</b>	1.8%	2	30%

Fuente: (CIA, 2017)  
Elaboración: Propia

En la tabla 21, como resultado del análisis España obtiene el 45 %, Italia el 15% y Francia el 30%.

El siguiente criterio Riesgo País, es un indicador que muestra las posibilidades de un país emergente el no cumplir con el pago de su deuda externa. Siendo A2 menor nivel del riesgo país la cual se asigna un puntaje mayor de valoración.

Tabla 22: Riesgo país (20%)

<b>País</b>	<b>Expresado en %</b>	<b>Valoración</b>	<b>Resultado</b>
<b>España</b>	A2	3	60%
<b>Italia</b>	A3	1	20%
<b>Francia</b>	A2	2	40%

Fuente: (COFACE, 2017)

Elaboración: Propia

En la tabla 22 se tiene como resultado del análisis a España con un resultado de 60%, Italia con de 20% y Francia con de 40 %.

Tabla 23: Resultados

<b>CRITERIOS</b>	<b>España</b>	<b>Italia</b>	<b>Francia</b>
<b>1.Índice de apertura de un negocio</b>	10%	20%	30%
<b>2.PBI</b>	15%	30%	45%
<b>3.Inflación</b>	20%	30%	10%
<b>4.Población</b>	10%	20%	30%
<b>5.Arancel</b>	60%	30%	15%
<b>6.Tasa de crecimiento</b>	45%	15%	30%
<b>8. Riesgo país</b>	60%	20%	40%
<b>Total</b>	220%	165%	200%

Elaboración: Propia

En la tabla anterior, podemos apreciar los resultados obtenidos en base al análisis de los criterios que hemos tomado con anterioridad, como resultado de la evaluación de los países España , Italia y Francia, se tuvo un porcentaje de 220%, 165% y 200% respectivamente, donde el país con mayor valor es España, siendo nuestro país objetivo.

### **Micro Segmentación**

La micro segmentación es un técnico que ayuda a definir los requerimientos específicos que puede tener los consumidores en un determinado mercado. El proceso de micro segmentación tiene como objetivo analizar el comportamiento de las compras del consumidor; es decir, en dónde las hace, a qué hora las hace, con qué frecuencia, a quién le compra, gustos, cantidades, etc.

Para la micro segmentación del mercado objetivo de España se tomó en cuenta las principales ciudades: Madrid, Barcelona, Málaga.

Tabla 24: Variables de criterio de selección de mercado para elegir el estado de destino

<b>Criterios</b>	<b>Expresado en</b>	<b>Ponderación %</b>
<b>1.Población</b>	N° habitantes	20%
<b>2. Tasa de desempleo</b>	Porcentaje	20%
<b>3. PBI per cápita</b>	Cantidad	20%
<b>4. Densidad poblacional</b>	Cantidad	20%
<b>5.Puertos Marítimos</b>	Cantidad	20%
	<b>Total</b>	100%

Elaboración: Propia

El siguiente criterio de Población, muestra el crecimiento demográfico de los siguientes tres ciudades. Siendo el país con mayor población expresado en n° de habitantes se asigna un mayor puntaje de valoración.

Tabla 25: Población, 2017 (20%)

Estado	Expresado en n° de habitantes	Valoración	Resultado
<b>Barcelona</b>	813.562	3	60%
<b>Madrid</b>	524.305	1	20%
<b>Málaga</b>	638.221	2	40%

Fuente: (City populations, 2018)  
Elaboración: Propia

En la tabla se muestra el siguiente resultado Barcelona con el 60%, Madrid con el 20% y Málaga con el 40%.

El siguiente criterio Tasa de desempleo, refleja la situación de la población que carece de desempleo y por ende de salario. El menor porcentaje de tasa se asigna un puntaje mayor de valoración.

Tabla 26: Tasa de desempleo, 2017 (20%)

Estado	Expresado en porcentaje	Valoración	Resultado
<b>Barcelona</b>	14.50%	3	60%
<b>Madrid</b>	15.20%	2	40%
<b>Málaga</b>	24.60%	1	20%

Fuente: (Datosmacro, 2017)  
Elaboración: Propia

En esta tabla N 26, se tiene como resultado lo siguiente Barcelona con 60%, Madrid con el 40%, Málaga con el 20%.

En el siguiente criterio Densidad poblacional, muestra habitantes que vive en un área urbana en relación de una unidad de superficie dada. A la mayor densidad poblacional se asigna un puntaje mayor de valoración.

Tabla 27: Densidad poblacional, 2016 (20%)

Estado	Expresado en cantidad	Valoración	Resultado
Barcelona	810.56 km <sup>2</sup>	2	40%
Madrid	714.31km <sup>2</sup>	1	20%
Málaga	1,445.80 km <sup>2</sup>	3	60%

Fuente: (Idescat, 2018)

Elaboración: Propia

En la tabla 28 se muestra el resultado de la comparación, Barcelona con el 40%, Madrid con 20% y Málaga con 60%.

El siguiente criterio Ingreso promedio por hogar muestra el ingreso disponible expresado en dólares a los hogares.

Tabla 28: Ingreso promedio por hogar (20%)

Estado	Expresado en dólares	Valoración	Resultado
Barcelona	28.590	2	40%
Madrid	32.723	3	60%
Málaga	18.488	1	20%

Fuente: (Datosmacro, 2017)

Elaboración: Propia

Se tiene como resultado lo siguiente, Barcelona con el 40%, Madrid con el 60% y Málaga con 20%.

En el siguiente criterio Puertos Marítimos, muestra el número de puertos que cuenta cada ciudad. Al mayor número de puerto se asigna un puntaje de valoración mayor.

Tabla 29: Puertos Marítimos 2016 (20%)

Estado	Expresado en cantidad	Valoración	Resultado
Barcelona	3	3	60%
Madrid	0	1	20%
Málaga	1	2	40%

Fuente: PortEspaña  
Elaboración: Propia

En la tabla 29 se muestra como resultado, Barcelona con el 60 %, Madrid con el 20% y Málaga con el 40%.

Tabla 30: Resultados

Criterio / Estados	Resultados		
	Barcelona	Madrid	Málaga
1.Población	60%	40%	20%
2. Tasa de desempleo	60%	40%	20%
3.Densidad poblacional	40%	20%	60%
4.Ingreso promedio por hogar	40%	60%	20%
5.Puertos Marítimos	60%	20%	40%
<b>Total</b>	<b>260%</b>	<b>180%</b>	<b>160%</b>

Elaboración: Propia

Tras realizar el análisis de las ciudades de Barcelona, Madrid y Málaga, 5 criterios esenciales los cuales son la población, tasa de desempleo, densidad poblacional, ingreso promedio por hogar y puertos marítimos, según los Tres en la cual la ciudad de Barcelona tuvo el mayor puntaje con 260%, haciéndolo la ciudad del mercado objetivo del producto.

El maracuyá orgánico es muy cotizado en BARCELONA, siendo la ciudad de destino de nuestras exportaciones, y como mercado objetivo los supermercados y mercados de abasto, mediante el cual estará distribuido por MARAFRUIT BIO, nuestro principal cliente.

En Barcelona encontramos que existen más de 20 distribuidores de alimentos, bebidas que provienen de Centro América y Sudamérica, de la cual podemos mencionar algunos representativos:

Tabla 31: Distribuidores de Frutas en Barcelona

<b>DISTRIBUIDORES</b>	<b>DIRECCIÓN</b>
COBARNA FRUITS, S.L.	Calle longitudinal 5, 35 mercabarna 08040
JAB FRUITS	Carrer longitudinal 11, 08040 barcelona
HORTEC	Carrer transversal 2, 53, 08040 barcelona
FRUTAS LANAU SI	Calle font d'en canyelles, 112 - plt bj
FRUTAS Y VERDURAS MIKAELA	Avenida mare deu de montserrat, 223
FRUTAS CATUS SI	Calle espronceda, 353 - 4 4
MARAFRUIT BIO	C/subida al plan 80 bajo
CENTRAL DISTRIBUIDORA DE FRUTAS Y HORTALIZAS SA	Cl longitudinal), 9 - nº 39
GAIA FRUITS SI	Calle marti, 115 - 2 2
DEU FRUITS SA	Calle sector c (zona franca), 1045

Elaboración: Propia

## **Perfil del consumidor y posicionamiento**

### **Cultura de Negociación de España:**

#### **Primer contacto.**

Antes de una primera reunión, enviar un e-mail o fax, presentándose e indicando el tema que desea abordar. Confirmar el encuentro por escrito o por teléfono un día antes.

#### **Establecer una reunión.**

Evitar el mes agosto, los días de Semana Santa y las fiestas que van de Navidad al 6 de enero. Evitar pactar reuniones entre las 2 y las 4 de la tarde.

#### **Saludos.**

Se saluda estrechando la mano con quien se reúne y diríjase de un "señor" o "señora" acompañado de sus dos apellidos.

#### **Presentación.**

Al presentarse, comenzar con un "Encantado" (encantada) y luego diga su nombre y apellido.

#### **Tarjetas de presentación.**

Es importante utilizar tarjeta de presentación, al no presentarlo al inicio de una reunión "no es nadie".

#### **Estilo de negociación.**

Las reuniones en persona son muy importantes. El empresario español aprecia las visitas regulares y suele dispensar a sus contactos un trato cordial y amistoso, prefiriendo la comunicación oral.

Durante la reunión los españoles prefieren que sus interlocutores hablar en primer lugar, las negociaciones pueden alargarse bastante de manera que

puedan abordarse todas las cuestiones; también prefieren cerrar un trato de manera oficial, desconfiando de las cuestiones de última hora y las repeticiones innecesarias

Los contactos personales son esenciales para el éxito de los negocios en España. Selecciona un representante confiable o haz que alguien te presente.

– Permite que los españoles presenten sus argumentos de forma profunda. Los debates son importantes, prepárate para interrupciones y el contacto físico.

– Para los españoles la información es considerada un bien preciado. Acepta que no siempre estarán dispuestos a compartirti información valiosa.

– Algunos españoles van a sus casas para almorzar y tomar la siesta. No te sorprendas si te rechazan una invitación.

– En general, los españoles emplean las palabras “por favor” y “gracias” en menor frecuencia que las culturas latinoamericanas. No lo interpretes como irrespetuoso, simplemente es la forma en que su lenguaje es hablado.

### **Tendencia de consumo:**

Cuando se habla de tendencias de consumo, se refiere a la exigencia del consumidor por su alimentación sana, lo cual resalta una necesidad al ser atendida por las exportaciones de productos orgánicos. Según un estudio realizado por AECOC SHOPPER VIEW El 35% de los consumidores españoles incluye alimentos ecológicos en su cesta y adquiere regularmente productos bio; una vida saludable se está convirtiendo en símbolo de estatus consumiendo alimentos con propiedades saludables y exclusivas vacaciones orientadas a la salud y bienestar.

Ángeles Parra, directora de la Feria BioCultura, asegura que España es una de las potencias líderes a nivel mundial en la producción ecológica, y actualmente también uno de los 10 mercados que más consumen productos eco y bio. Cada vez, más grandes superficies están ampliando sus surtidos de productos eco y bio, conscientes de que la tendencia ha llegado para quedarse. La fiebre verde es imparable, por ello, los dos canales de venta, tanto supers e hipers como el canal especialista han crecido sustancialmente a lo largo de los últimos años.

Xavier Cros, responsable de AECOC, muestra que los jóvenes de entre 18 a 35 años son más racionales y han aprendido a no vivir por encima de sus posibilidades y se informa en internet sobre los beneficios de los productos y se centra en comprar alimentos saludables. Por otro lado, según un estudio elaborado por el grupo de distribución Carrefour y GFK señalan que los españoles menos de 30 años cabezas de familia compran en mayor proporción productos bio, mientras que los mayores de 65 años en menos cantidades.

Después de haber analizado el perfil del consumidor (persona que decide la compra) y la forma de posicionamiento, se consideró que para este plan de negocios el segmento de mercado sería:

- ✓ Ciudad: Barcelona
- ✓ Zona: Metropolitana
- ✓ Edad: 18 hasta los 65 años

Esta segmentación no implica que los consumidores directos no puedan ser las personas de la zona rural, en edades fuera del rango promedio del mercado objetivo, con ingresos mínimo, pero para efectos de cálculo se considera la proyección del mercado y de la futura oferta exportable el segmento descrito.

## **Influencia de los acuerdos internacionales para el acceso al mercado.**

### **ACUERDO COMERCIAL ENTRE PERU Y LA UNION EUROPEA**

La UE es uno de los principales destinos de nuestras exportaciones, dicha región ocupó el 1º lugar entre los países con inversión extranjera directa en el Perú con un 51.8% de participación debido a capitales de España, Reino Unidos, Holanda y Francia, principalmente. La UE representa un mercado de grandes oportunidades, con más de 500 millones de habitantes con niveles de ingreso per cápita entre los más altos del mundo.

Para los efectos de la eliminación de los aranceles aduaneros, las tasas de las fases provisionales se redondearán al menos hasta la décima de punto porcentual más próxima o, si la tasa del derecho de aduana se expresa en unidades monetarias, al menos hasta la décima de euro más próxima.

Producto:

Mostrar resultados  
Descargar

Fuente de datos: **MACMAP**  
Año: **2017**  
Nomenclatura: **SH Rev.2017**  
Metodología de estimación AVE: **AVE basada en el World Tariff Profile (WTP)**  
Metodología de agregación (sólo a nivel HS4 y HS2): **Importaciones bilaterales**  
Tarifa arancelaria de las agregaciones (sólo a nivel HS6, HS4 y HS2): **Tasas máximas**

País exportador	Tarifa ad valorem equivalente total	Número de líneas arancelarias nacionales correspondientes
Perú	5.87%	6

Ilustración 5: Tarifa Ad Valorem

Fuente: (MAC MAP , 2017)

Este acuerdo de promoción comercial permite que nuestro producto pueda ingresar a al mercado europeo, teniendo como tasa mínima del 0% y tasas máximas del 5.87% lo cual es muy poco probable las tasas máximas.

## **ELIMINACIÓN DE ARANCELES**

Los aranceles aduaneros sobre mercancías originarias de Perú (en adelante, «mercancías originarias») correspondientes a las líneas arancelarias de la categoría de desgravación (en adelante, «categoría») «0» en el Cronograma quedarán completamente eliminados, y estas mercancías quedarán libres de todo arancel aduanero a partir de la fecha de entrada en vigor del presente Acuerdo.

Para las mercancías originarias correspondientes a las líneas arancelarias en la categoría «AV0» en el Cronograma, el componente ad valorem del arancel aduanero será eliminado a la entrada en vigor del presente Acuerdo.

### **Acceso al mercado**

Para que el producto pueda ingresar al mercado europeo se tienen que considerar ciertas barreras la cuales se detallaran a continuación:

## **BARRERAS ARANCELARIAS**

España se rige a las reglas de la Unión Europea. El comercio dentro del territorio de la UE está exento de las tarifas arancelarias. Sin embargo, cuando se ingresan mercaderías hacia España, los exportadores deben llenar una “Declaración Intrastat”. Si el país exportador no es miembro de la UE, las tarifas arancelarias se calculan en base Ad Valorem sobre el valor CIF de las mercaderías, según las Tarifas Arancelarias Generales. Los impuestos para países no europeos son relativamente bajos, especialmente en productos manufacturados (4.2% en promedio para la tasa general). Sin embargo, productos textiles y de confección tienen altas tarifas y sistema de cuotas. Los alimentos procesados tienen tarifas promedias de 17.3%. Estas medidas se

efectúan como mecanismo de protección a sus productos. El código TARIC y su base de datos incluye todos los aranceles aplicables y todas las medidas y/o políticas aduaneras para todos los artículos. A pesar de que la política de comercio exterior es bastante liberal en la Unión Europea, España aplica una serie de restricciones, especialmente en productos agropecuarios. La Política Agrícola Común (CAP) establece lo siguiente: La aplicación de compensaciones en productos agropecuarios de exportación e importación, con el objetivo de favorecer el desarrollo de la agricultura dentro de la UE. Esto significa la aplicación de sistemas de controles y regulaciones para productos que deseen ingresar al territorio de la UE.

Nro.	Partida	Descripción	Arancel Mundo (%)	Arancel Perú (%)	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores (%)
1	0307490000	Demás jibias, globitos, calamares y potas, congeladas, secas, saladas o en salmuera	6.0	0.0	6°	India (27.7%), Islas Maldivas (21.2%), Marruecos (14.4%)
2	2005992000	Pimiento piquillo (capsicum annum)	16.0	0.0	12°	Marruecos (71.8%), Turquía (23.9%), Bélgica (1.3%)
3	2005600000	Espárragos preparados o conservados, sin congelar	17.6	0.0	2°	China (58.3%), Perú (35.5%), Alemania (3.8%)
4	0804400000	Aguacates (paltas), frescas o secas	5.1	0.0	1°	Perú (57.4%), Chile (16.3%), Francia (7.1%)
5	0904201010	Páprika entera	9.6	0.0	1°	Perú (52.6%), China (37.9%), India (1.7%)
6	0709200000	Espárragos, frescos o refrigerados	10.2	0.0	1°	Perú (87.1%), Marruecos (7.4%), México (2.7%)
7	2005991000	Alcachofas (alcauciles)	6.4	0.0	1°	Perú (87.5%), China (11.7%), Bélgica (0.3%)
8	0305630000	Anchoas (engraulisspp.) saladas sin secar ni ahumar o en salmuera	10.0	0.0	6°	Argentina (66.1%), Croacia (11.5%), Marruecos (10.1%)
9	3205000000	Lacas colorantes	6.5	0.0	2°	Alemania (53.8%), Perú (15.6%), Reino Unido (11.8%)
10	0306131100	Langostinos congelados enteros	12.0	3.6	32°	Bélgica (20.7%), Italia (14.5%), Países Bajos (14.5%)

Ilustración 6: Barreras Arancelarias

Fuente: (SIICEX, 2018)

### **BARRERAS NO ARANCELARIAS**

Acuerdo de Promoción Comercial con Unión Europea.

Este acuerdo otorga preferencias arancelarias a las mercancías originarias y procedentes de las Partes, comprendidas en el universo arancelario según el cronograma de desgravación correspondiente, debiendo la mercancía cumplir adicionalmente con las condiciones de origen y demás disposiciones aplicables del Acuerdo.

El certificado de origen puede ser emitido por el productor, exportador o importador, el cual debe reunir los requisitos y sujetarse a las disposiciones pertinentes establecidas en el Capítulo 4 del Acuerdo y en el Decreto Supremo N° 003-2009-MINCETUR.

Para gozar de las preferencias arancelarias, se debe consignar en la declaración aduanera de mercancías el código de Trato Preferencial Internacional (TPI) 802.

### **OTROS IMPUESTOS APLICADOS AL COMERCIO**

El sistema fiscal español tiene la siguiente estructura general:

Impuestos Directos:

Sobre la renta:

- Impuesto sobre Sociedades (IS)
- Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF)
- Impuesto sobre la Renta de No Residentes (IRNR)

Sobre bienes patrimoniales (afectan solamente a personas físicas):

- Impuesto sobre el patrimonio (IP)
- Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones (ISD)

Impuestos Indirectos:

- Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)
- Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITP AJD)
- Impuestos Especiales
- Derechos arancelarios a la importación
- Impuestos sobre las Primas de Seguros

## **2.3 Análisis de la oferta y la demanda**

### **Análisis de la oferta**

De acuerdo a la información del portal de SUNAT, se determina que la oferta de la Maracuyá fresca en Perú tiene como preferencia en exportaciones a países como: Italia, Francia, España, Países Bajos, Suiza, entre otros.

### **PRODUCCION MUNDIAL**

En la siguiente tabla muestra las exportaciones de 15 países de la partida 081090.10.00 del año 2013; siendo los principales países exportadores de la partida: Tailandia, Viet Nam, Países Bajos, China, Hong Kong, Turquía, Egipto y España.

Tabla 32: Exportaciones mundiales de la partida 081090.10.00 año 2013

<b>Exportadores</b>	<b>Valor exportada en 2013</b>	<b>Cantidades exportadas 2013</b>	<b>Valor de la unidad US\$/KG</b>
Mundo	2,067,000	1,554,592	1.33
Tailandia	344,901	482,847	0.71
Viet Nam	252,146	123,799	2.04
Países Bajos	153,430	35,290	4.35
China	183,824	92,096	2.00
Hong Kong, China	122,033	59,916	2.04
España	89,045	55,972	1.59
Turquía	112,022	135,804	0.82
Egipto	91,499	58,516	1.56
India	66,080	62,389	1.06
Estados Unidos de América	77,912	40,356	1.93
Colombia	51,321	10,646	4.82
Perú	17,910	6,358	2.82
Sudáfrica	28,342	16,196	1.75
Bélgica	45,494	17,432	2.61
Taipei Chino	26,252	13,353	1.97
Los demás	404,789	343,622	1.18

Fuente: (TRADE MAP , 2018)

Elaboración: Propia

En la siguiente tabla se muestra las exportaciones mundiales de 15 países de la partida 081090.10.00 del año 2014.

Siendo los principales países exportadores Tailandia, Viet Nam, Países Bajos, China, Hong Kong, Turquía y España.

Tabla 33: Exportaciones mundiales de la partida 081090.10.00 año 2014

<b>Exportadores</b>	<b>Valor exportada en 2014</b>	<b>Cantidades exportadas 2014</b>	<b>Valor de la unidad US\$/KG</b>
Mundo	2,150,655	1,690,226	1.27
Tailandia	320,951	443,502	0.72
Viet Nam	322,635	149,617	2.16
Países Bajos	177,201	46,251	3.83
China	178,888	80,798	2.21
Hong Kong, China	119,127	175,306	0.68
España	92,695	61,959	1.50
Turquía	108,947	138,164	0.79
Egipto	74,198	104,090	0.71
India	70,280	48,154	1.46
Estados Unidos de América	76,039	40,499	1.88
Colombia	56,562	11,677	4.84
Perú	27,075	10,048	2.69
Sudáfrica	27,160	15,712	1.73
Bélgica	56,473	23,025	2.45
Taipei Chino	29,629	14,964	1.98
Los demás	412,795	326,460	1.26

Fuente: (TRADE MAP , 2018)

Elaboración: Propia

En la siguiente tabla se muestra las exportaciones mundiales de 15 países de la partida 081090.10.00 del año 2015.

Siendo los principales países exportadores: Tailandia, Viet Nam, Países Bajos, China, Egipto, Hong Kong, Turquía y España.

Tabla 34: Exportaciones mundiales de la partida 081090.10.00 año 2015

<b>Exportadores</b>	<b>Valor exportada en 2015</b>	<b>Cantidades exportadas 2015</b>	<b>Valor de la unidad US\$/KG</b>
Mundo	2,511,371	1,872,985	1.34
Tailandia	357,285	508,315	0.70
Viet Nam	545,706	258,400	2.11
Países Bajos	185,651	54,470	3.41
China	292,057	110,136	2.65
Hong Kong, China	108,055	153,318	0.70
España	85,076	64,078	1.33
Turquía	97,028	147,873	0.66
Egipto	115,850	54,857	2.11
India	75,592	55,733	1.36
Estados Unidos de América	78,148	40,183	1.94
Colombia	55,031	13,370	4.12
Perú	36,247	16,557	2.19
Sudáfrica	25,121	16,326	1.54
Bélgica	42,071	19,804	2.12
Taipei Chino	39,071	18,202	2.15
Los demás	373,382	341,363	1.09

Fuente: (TRADE MAP , 2018)

Elaboración: Propia

En la siguiente tabla se muestra las exportaciones mundiales de 15 países de la partida 081090.10.00 del año 2016.

Tabla 35: Exportaciones mundiales de la partida 081090.10.00 año 2016.

<b>Exportadores</b>	<b>Valor exportada en 2016</b>	<b>Cantidades exportadas 2016</b>	<b>Valor de la unidad US\$/KG</b>
Mundo	3,102,773	2,126,380	1.46
Tailandia	413,084	498,743	0.83
Viet Nam	1,144,740	527,185	2.17
Países Bajos	211,158	62,517	3.38
China	167,986	74,531	2.25
Hong Kong, China	89,457	109,023	0.82
España	89,398	62,704	1.43
Turquía	104,213	184,274	0.57
Egipto	126,030	62,986	2.00
India	81,273	60,339	1.35
Estados Unidos de América	62,294	30,129	2.07
Colombia	57,043	13,687	4.17
Perú	41,180	19,263	2.14
Sudáfrica	51,718	26,952	1.92
Bélgica	53,517	25,410	2.11
Taipei Chino	35,778	15,127	2.37
Los demás	373,904	353,510	1.06

Fuente: (TRADE MAP , 2018)

Elaboración: Propia

En la siguiente tabla se muestra las exportaciones mundiales de 15 países de la partida 081090.10.00 del año 2017.

Tabla 36: Exportaciones mundiales de la partida 081090.10.00 año 2017

<b>Exportadores</b>	<b>Valor exportada en 2017</b>	<b>Cantidades exportadas 2017</b>	<b>Valor de la unidad US\$/KG</b>
Mundo	3,063,273	2,878,017	1.06
Tailandia	708,449	812,465	0.87
Viet Nam	699,264	958,978	0.73
Países Bajos	274,198	75,963	3.61
China	126,473	56,592	2.23
Hong Kong, China	123,721	160,302	0.77
España	118,788	69,259	1.72
Turquía	97,321	163,819	0.59
Egipto	95,137	44,777	2.12
India	72,981	55,794	1.31
Estados Unidos de América	64,032	28,889	2.22
Colombia	62,041	14,874	4.17
Perú	59,899	29,635	2.02
Sudafrica	52,942	24,725	2.14
Bélgica	33,865	14,924	2.27
Taipei Chino	33,715	11,527	2.92
Los demás	440,447	355,494	1.24

Fuente: (TRADE MAP , 2018)

Elaboración: Propia

### **Producción nacional de maracuyá**

En la siguiente tabla se detalla la superficie cosechada de maracuyá durante los 5 años; 2012 se registra 4.6 miles de hectáreas, 2013 se registra el 4.1 miles de hectáreas, 2014 se registra el 4.1 miles de hectáreas, 2015 se registra el 4.6 miles de hectáreas y para el 2016 se registra 5.0 miles de hectáreas.

Tabla 37: Superficie cosechada Anual (miles de hectáreas)

<b>Producto</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Maracuyá	4.6	4.4	4.1	4.6	5.0

Fuente: (SIEA, 2018)

Elaboración: Propia.

En el Perú, el departamento con la mayor área instalada de maracuyá es: Ancash, Ayacucho, Cajamarca, Huánuco, Ica, Junín, La libertad y Lambayeque.

Tabla 38 : Superficie cosechada - Región (hectáreas)

Región	Superficie cosechada (ha)			
	2014	2015	2016	2017
<b>Nacional</b>	<b>4,135</b>	<b>4,600</b>	<b>4,994</b>	<b>4,576</b>
Ancash	1293	1,340	1,536	1390
Ayacucho	591	987	987	855
Cajamarca	759	704	894	786
Huánuco	646	675	631	651
Ica	414	511	577	501
Junín	158	123	105	129
La Libertad	102	102	101	102
Lambayeque	77	78	78	78
Lima	41	41	41	41
Loreto	18	13	13	15
Moquegua	9	11	20	13
Piura	8	8	8	8
San Martín	17	3	0	7
Tumbes	2	2	2	2
Ucayali	0	3	2	2

Fuente: (SIEA, 2018)  
Elaboración: Propia.

La producción de maracuyá en el Perú tiende a ser constante para los años 2013-2014 y ascendente en los años 2015 y 2016; el cual se demuestra en la siguiente tabla.

Tabla 39: Producción Anual (miles de toneladas)

Producto	2012	2013	2014	2015	2016
Maracuyá	50.1	39.2	39.1	59.6	55.8

Fuente: (SIEA, 2018)  
Elaboración: Propia

El departamento con mayor producción de maracuyá es: Ancash, Ayacucho, Cajamarca, Huánuco, Ica, Junín, La liberta, Lambayeque, Lima y Loreto durante los años 2014 hasta 2017.

Tabla 40: Producción por Región (toneladas)

Región	Producción			
	2014	2015	2016	2017
<b>Nacional</b>	<b>39,149</b>	<b>59,580</b>	<b>55,779</b>	<b>51,503</b>
Ancash	15,324	19,488	21,448	18,753
Ayacucho	10,331	13,520	13,430	12,427
Cajamarca	4,013	12,039	7,101	7,718
Huánuco	3,300	7,816	5,322	5,479
Ica	3,350	4,327	6,090	4,589
Junín	1,303	1,112	899	1,105
La Libertad	381	326	402	370
Lambayeque	389	362	339	363
Lima	225	171	365	254
Loreto	253	254	254	254
Moquegua	93	73	66	77
Piura	129	19	0	49
San Martín	46	47	12	35
Tumbes	0	16	41	19
Ucayali	11	11	11	11

Fuente: (SIEA, 2018)  
Elaboración: Propia

Se tiene rendimiento de producción de maracuyá desde 2012 hasta 2016.

Tabla 41: Rendimiento Anual (toneladas por hectárea)

Producto	2012	2013	2014	2015	2016
Maracuyá	10.9	8.9	9.5	13.0	11.2

Fuente: (SIEA, 2018)  
Elaboración: Propia.

En el departamento que registrar mayor rendimiento son: Ica, Tumbes, Lambayeque, Lima y La libertad durante los años 2014-2017.

Tabla 42: Rendimiento por Región (toneladas por hectárea)

Región	Rendimiento (t/ ha)			
	2014	2015	2016	2017
<b>Nacional</b>	<b>10</b>	<b>13</b>	<b>11</b>	<b>11</b>
Tumbes	25.0	16	19	20
Lambayeque	13.6	19	15	16
Lima	11.9	15	14	13
Ica	-	5	20	13
Ancash	-	12	7	10
La Libertad	8.1	8	11	9
Junín	8.2	9	9	9
Piura	5.1	12	8	8
San Martín	7.6	7	-	8
Huánuco	6.2	6	6	6
Moquegua	5.3	5	5	5
Cajamarca	5.2	6	5	5
Loreto	4.9	4	5	5
Ayacucho	5.8	6	2	4
Ucayali	3.8	4	3	4

Fuente: (SIEA, 2018)

Elaboración: Propia

### Estacionalidad

En el siguiente cuadro muestra la estacionalidad que tiene el maracuyá en las diferentes regiones del Perú. Se muestra a las regiones Junín, Huánuco, La Libertad, Lima, Madre de Dios, Piura y Lambayeque que tienen mayor continuidad de producción de maracuyá durante los 12 meses. Permitiendo asegurar el acopio de nuestra materia prima principal y por ende asegurando la disponibilidad de nuestro producto hacia el mercado objetivo.

Tabla 43: Estacionalidad de la producción

PERU Y SUS REGIONES	ESTACIONALIDAD DE LA PRODUCCIÓN											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
LA LIBERTAD	13,8%	15,3%	15,2%	14,2%	9,1%	7,8%	5,0%	4,5%	3,3%	4,5%	4,0%	3,4%
LAMBAYEQUE	96%	96%	96%	96%	96%	96%	96%	96%	96%	96%	96%	96%
MADRE DE DIOS	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%
HUANUCO	43%	43%	43%	43%	43%	43%	43%	43%	43%	43%	43%	43%
PIURA	26%	26%	26%	26%	26%	26%	26%	26%	26%	26%	26%	26%
JUNIN	13%	13%	13%	13%	13%	13%	13%	13%	13%	13%	13%	13%
LORETO	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
UCAYALI	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
SAN MARTIN	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%
MOQUEGUA	8%	8%	8%	8%	8%	8%	8%	8%	8%	8%	8%	8%
AYACUCHO	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%
LIMA	97%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%
CAJAMARCA	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%

Fuente: (INEI, 2018)  
Elaboración: Propia

## Exportaciones peruanas de maracuyá.

En la siguiente tabla muestra las exportaciones peruanas de maracuyá desde 2013 hasta 2017. Mostrando un precio promedio anual de \$ 2.73; FOB promedio de \$ 11 876 y un peso neto en kilogramos de 4,340 en el año 2017.

Tabla 44: Exportaciones peruanas de maracuyá 2013 – 2017

MESES	2013			2014			2015			2016			2017		
	FOB USD	PESO NETO KG	PREC. PROM.	FOB USD	PESO NETO KG	PREC. PROM.	FOB USD	PESO NETO KG	PREC. PROM.	FOB USD	PESO NETO KG	PREC. PROM.	FOB USD	PESO NETO KG	PREC. PROM.
ENERO	6,843	2,643	2.59	9,672	2,140	4.52	28,342	6,603	4.29	13,739	4,309	3.19	7,129	2,775	2.57
FEBRERO	5,768	2,119	2.72	8,409	2,300	3.66	15,332	3,504	4.38	6,583	3,190	2.06	15,290	5,424	2.82
MARZO	9,410	2,812	3.35	7,988	1,777	4.50	22,760	6,004	3.79	7,182	3,756	1.91	6,390	3,646	1.75
ABRIL	10,723	3,537	3.03	7,109	1,844	3.86	24,022	6,755	3.56	11,118	4,552	2.44	8,627	4,479	1.93
MAYO	11,861	3,763	3.15	7,164	1,726	4.15	13,774	4,558	3.02	10,527	4,104	2.57	9,109	4,424	2.06
JUNIO	8,517	3,181	2.68	6,472	1,682	3.85	12,339	3,802	3.25	7,898	4,336	1.82	14,390	6,537	2.20
JULIO	6,022	2,160	2.79	6,762	1,874	3.61	8,918	4,034	2.21	6,534	5,523	1.18	21,388	5,724	3.74
AGOSTO	6,832	2,853	2.39	3,735	827	4.52	10,006	3,969	2.52	6,557	4,062	1.61	8,238	3,886	2.12
SETIEMBRE	3,738	1,458	2.56	5,527	1,375	4.02	6,997	3,141	2.23	4,864	3,307	1.47	11,613	3,728	3.12
OCTUBRE	4,857	1,525	3.18	5,792	1,543	3.75	15,887	4,931	3.22	6,355	3,851	1.65	11,313	3,236	3.50
NOVIEMBRE	5,225	1,633	3.20	13,850	3,032	4.57	12,473	3,887	3.21	11,783	4,267	2.76	9,693	2,894	3.35
DICIEMBRE	6,286	1,557	4.04	39,331	10,945	3.59	17,142	6,308	2.72	19,346	6,229	3.11	19,327	5,325	3.63
<b>TOTAL</b>	<b>86,082</b>	<b>29,241</b>	<b>2.94</b>	<b>121,811</b>	<b>31,065</b>	<b>3.92</b>	<b>187,992</b>	<b>57,496</b>	<b>3.27</b>	<b>112,486</b>	<b>51,486</b>	<b>2.18</b>	<b>142,507</b>	<b>52,078</b>	<b>2.74</b>
<b>PROM. MES</b>	<b>7,174</b>	<b>2,437</b>	<b>2.97</b>	<b>10,151</b>	<b>2,589</b>	<b>4.05</b>	<b>15,666</b>	<b>4,791</b>	<b>3.20</b>	<b>9,374</b>	<b>4,291</b>	<b>2.15</b>	<b>11,876</b>	<b>4,340</b>	<b>2.73</b>

Fuente: (SUNAT, 2018)

Elaboración: Propia



Ilustración 7: Principales exportadores de maracuyá fresca (US\$ FOB, 2017)

Fuente: (SUNAT, 2018)

Elaboración: Propia

Entre los principales exportadores de maracuyá fresca destaca principalmente la empresa Agronegocios La Grama S.A.C. con el 17.2 % de participación en la exportación de dicho fruto, seguido de Agromania S.A.C con un 15%, así como también Agrokaru S.A.C con un 13.3% entre otras empresas exportadoras, las cuales registran un valor FOB US\$ 142 mil dólares y más de 52 mil kilogramos registrados en el año 2017.

### **Análisis de la Demanda**

El cuadro siguiente se muestra 15 países principales de importación de maracuyá fresca desde el año 2013 hasta 2017. El cual refleja el valor total de las importaciones, el valor unitario y la cantidad exportada en KG. Obteniendo a tres primeros países importadores Países bajos, España y Hon Kong.

Tabla 45: Principales Importadores de Maracuyá Fresca en miles de US\$

N°	PAISES	2013			2014			2015			2016			2017		
		TOTAL DE IMPORTACION (USD)	CANTIDAD IMPORTADA	VALOR (USD/KG)	TOTAL DE IMPORTACION (USD)	CANTIDAD IMPORTADA	VALOR (USD/KG)	TOTAL DE IMPORTACION (USD)	CANTIDAD IMPORTADA	VALOR (USD/KG)	TOTAL DE IMPORTACION (USD)	CANTIDAD IMPORTADA	VALOR (USD/KG)	TOTAL DE IMPORTACION (USD)	CANTIDAD IMPORTADA	VALOR (USD/KG)
1	Países Bajos	153,410	51,278	2.99	174,308	60,847	2.86	164,110	65,685	2.50	207,113	67,521	3.07	252,241	76,074	3.32
2	España	148,233	142,534	1.04	152,562	148,807	1.03	166,781	178,437	0.93	198,215	201,428	0.98	204,542	269,892	0.76
3	Hong Kong, China	135,544	280,799	0.48	138,290	221,536	0.62	142,719	196,824	0.73	160,525	151,120	1.06	192,838	215,957	0.89
4	Estados Unidos de América	147,833	141,755	1.04	153,807	160,509	0.96	142,484	155,543	0.92	133,913	181,869	0.74	171,268	188,046	0.91
5	Alemania	117,651	51,327	2.29	131,370	55,796	2.35	113,504	57,109	1.99	109,173	51,574	2.12	114,676	49,457	2.32
6	Emiratos Árabes Unidos	80,942	39,825	2.03	84,221	45,640	1.85	63,075	66,307	1.71	81,572	58,786	1.39	98,360	31,616	3.11
7	Viet Nam	158,640	4,023	39.43	119,170	3,519	33.86	84,347	7,439	8.48	63,400	56,876	1.11	81,690	482,172	0.17
8	Kuwait	40,974	10,263	3.99	48,661	15,985	3.04	55,073	54,386	1.55	61,413	48,390	1.27	61,193	25,085	2.44
9	Bélgica	49,483	19,105	2.59	52,357	26,685	1.96	52,264	24,496	2.25	53,208	27,222	1.95	58,420	20,174	2.90
10	Reino Unido	54,450	15,534	3.51	56,684	17,037	3.33	51,465	21,511	2.43	51,211	23,186	2.21	57,617	24,560	2.35
11	Canadá	45,388	23,422	1.94	62,229	24,446	2.55	52,380	21,434	2.40	58,418	21,233	2.75	53,016	23,451	2.26
12	Arabia Saudita	34,623	64,103	0.54	27,768	52,494	0.53	26,611	53,376	0.98	31,577	54,119	0.58	34,989	67,741	0.52
13	Tailandia	27,763	50,307	0.55	29,661	42,109	0.70	28,772	54,967	0.48	29,034	41,683	0.70	30,856	36,170	0.85
14	Iraq	30,433	-	-	26,599	98,177	0.27	34,617	71,672	0.40	29,557	83,715	0.35	28,579	110,552	0.26
15	Suiza	16,691	3,877	4.31	17,301	4,169	4.15	18,064	4,752	7.28	22,238	6,362	3.50	23,012	6,738	3.42

Fuente: (TRADE MAP , 2018)

Elaboración: Propia

Se realizó el análisis de la demanda, y se obtuvo los principales países importadores de maracuyá fresca, los cuales son Países Bajos con grandes importaciones, España, Hong Kong, Estados Unidos, entre otros. Resaltando que estos países importan en grandes y son los potenciales mercados de destino de los exportadores peruano.

### **Demanda Insatisfecha**

Tabla 46: Demanda insatisfecha de la partida 0810.90.90.00 en Kilogramos

<b>AÑO</b>	<b>X</b>	<b>Importaciones Mundiales de ESPAÑA de la partida 0810.90.10.00</b>	<b>Producción de ESPAÑA de la partida 0810.90.10.00</b>	<b>Exportaciones Peruanas a ESPAÑA de la partida 0810.90.10.00</b>	<b>BRECHA (Importaciones + Producción - Exportaciones Peruanas)</b>
2013	1	1,425,340	0	329	1,425,011
2014	2	1,488,070	0	178	1,487,892
2015	3	1,784,370	0	292	1,784,078
2016	4	2,014,280	0	936	2,013,344
2017	5	2,698,920	0	8,501	2,690,419

Elaboración: Propia

En el cuadro anterior se muestra las importaciones mundiales de España de la partida bolsa, más las producciones de España y menos las exportaciones totales de Perú hacia España de maracuyá, dichos resultados expresados en kilogramos.

Como criterio técnico la tendencia de las exportaciones peruanas de la maracuyá fresco siendo nuestro análisis el siguiente modelos de pronósticos resulto el modelo polinomio pudiendo proyectar la demanda.

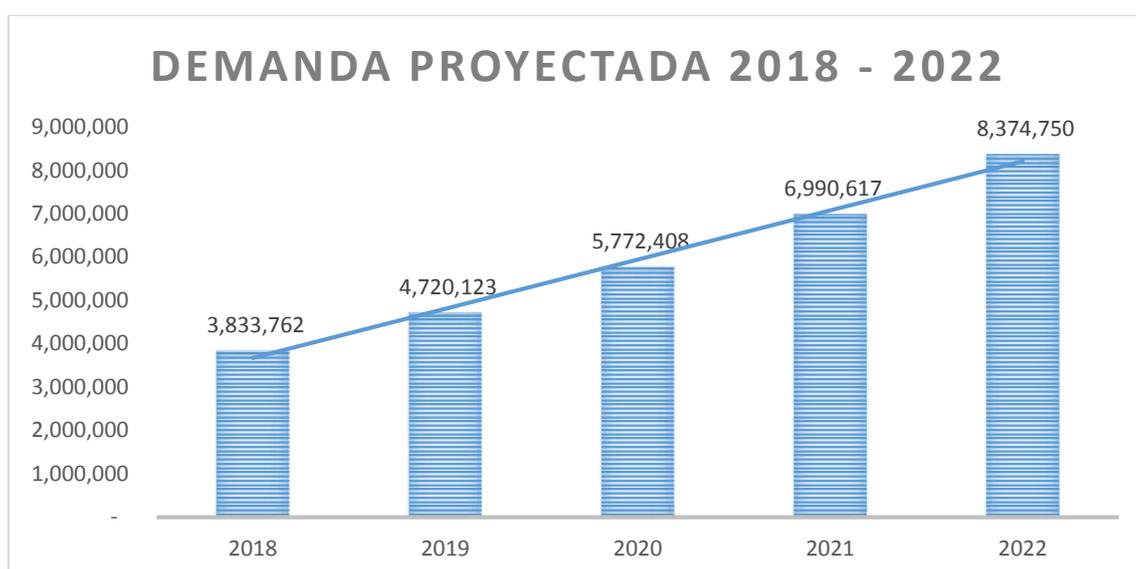


Ilustración 8: Proyección de la demanda de maracuyá fresca 2018-2022

Fuente: (TRADE MAP , 2018)

Elaboración: Propia

En la ilustración anterior refleja la proyección de la demanda, después de haber aplicado el criterio técnico de la tendencia de las exportaciones peruanas del maracuyá fresco el siguiente modelo de pronósticos resulto el modelo polinomio pudiendo proyectar la demanda de forma positiva y creciente.

## Análisis de la Competitividad BENCHMARKING

En la siguiente tabla se muestra dos empresas exportadoras de maracuyá fresca orgánica que son PRONATUR SAC Y AGRONEGOCIOS LA GRAMA SAC. Pronatur SAC refleja un precio promedio de 4.79 dólares por kg puesto a bordo en cajas de 4.1 kg y Agronegocios la grama SAC tiene un precio promedio de 3.704 dólares por kg puesto a bordo. La presentación del producto de nuestra competencia es una caja de 2 kg y se transportará por vía aérea.

La presentación de nuestro producto es un envase primario: alveolos de 18 unidades en una de caja de cartón corrugado de 4.1 kg; y es transportada por vía marítima. Una ventaja que se tiene es la cera ecológica que se aplicará al maracuyá para retarda la maduración de la fruta.

Tabla 47: Demanda insatisfecha de la partida 0810.90.90.00 en Kilogramos

EMPRESAS EXORTADORAS	DESCRIPCIÓN COMERCIAL	VIA DE TRANSPORTE	FCA USD	PESO NETO KG	PREC. PROM.
PRONATUR S.A.C	Maracuyá fresca orgánica.	Aérea	7123	1500	4.75
	Maracuyá fresca orgánica.	Aérea	2724	590	4.62
	Maracuyá fresca orgánica.	Aérea	2056	432	4.76
	Maracuyá orgánica.	Aérea	700	139	5.04
PROMEDIO POR EMBARQUE			3150.75	665.25	4.7925
AGRONEGOCIOS LA GRAMA	Maracuyá fresca orgánica 2kg *caja.	Aérea	4508	1288	3.5
	Maracuyá fresca orgánica 2kg *caja.	Aérea	4445	1270	3.5
	Maracuyá fresca orgánica.	Aérea	1672	418	4
	Maracuyá fresca orgánica.	Aérea	350	100	3.5
PROMEDIO POR EMBARQUE			4118.8	1093.2	3.704

Fuente: (SIICEX, 2018)

Elaboración: Propia

## **2.4 Estrategias de Ventas y Distribución**

### **Estrategias de segmentación**

La segmentación que se realizara en este proyecto será mediante la ciudad de Barcelona, en sus zonas metropolitanas, personas de edades entre 30 - 70 años que tengan un ingreso de 28,590 euros anuales, así mismo, el maracuyá será también vendido a clientes que no estén dentro de nuestro mercado objetivo aplicando el principio de la no – discriminación.

Crear lazos de confianza con los compradores/ importadores de la ciudad de Barcelona, manteniendo una comunicación empática y eficaz, respetando los estándares de calidad y los plazos establecidos de entrega del producto.

### **Estrategias de posicionamiento**

La empresa buscará posicionar el producto maracuyá fresca en el mercado objetivo, el cual es Barcelona aprovechando como principal estrategia de que el producto es orgánico, resaltando también el cuidado del producto para llegar hacia su destino final con una cera especial ecológica y que la presentación de la fruta llegue en buen estado.

El producto estará segmentado en factor socioeconómico a personas con ingresos anuales, superiores a los 28,590 euros, dirigido a personas con ritmos de vida acelerados, como estudiantes, deportistas, así como personas con hábitos de consumo de frutas saludables, entre otros.

### **Estrategias de distribución.**

Nuestro canal de comercialización será a través de un distribuidor, quien se encargará de vender y repartir el maracuyá fresco en los principales

supermercados, y mercados los cuales existen mercados peruanos como la Boquería en Barcelona que vende productos peruanos.

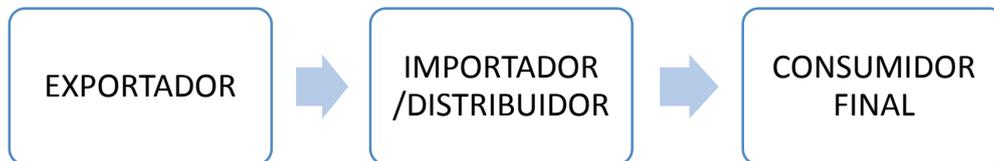


Ilustración 9: Canal de Distribución

Elaboración: Propia.

## 2.5 Estrategias de Promoción

En este mundo globalizado tecnológicamente, se aplicarán estrategias de promoción como mantener la página web de la empresa actualizada con la información y fotografías de nuestro producto.

Se aplicará también el E - Commerce donde se puedan realizar compras On line todos los días de la semana permitiendo que los internautas puedan comprar en sus tiempos libres durante las 24 horas del día, así como también los clientes podrán realizar sus pedidos por medio de la aplicación Whatsapp para después ser enviados al área de operaciones y despachar el pedido.

Se participará en ferias internacionales, ruedas de negocios el cual permitirá el contacto directo con posibles clientes, para ello primero se participará en la feria expoalimentaria la cual se realiza en Perú, teniendo la llega de potenciales clientes. Así mismo, se participará en ferias de España las cuales resaltan Eurofruit y Fruit attraction.

## 2.6 Tamaño de planta. Factores condicionantes.

Las medidas del local son de 100 metros cuadrados los cuales serán distribuidos en área de proceso, almacén de materia prima, almacén de

materiales, área de acceso solo para los trabajadores, SS.HH, gerencia y administración de la siguiente manera como se explica en el Lay Out..

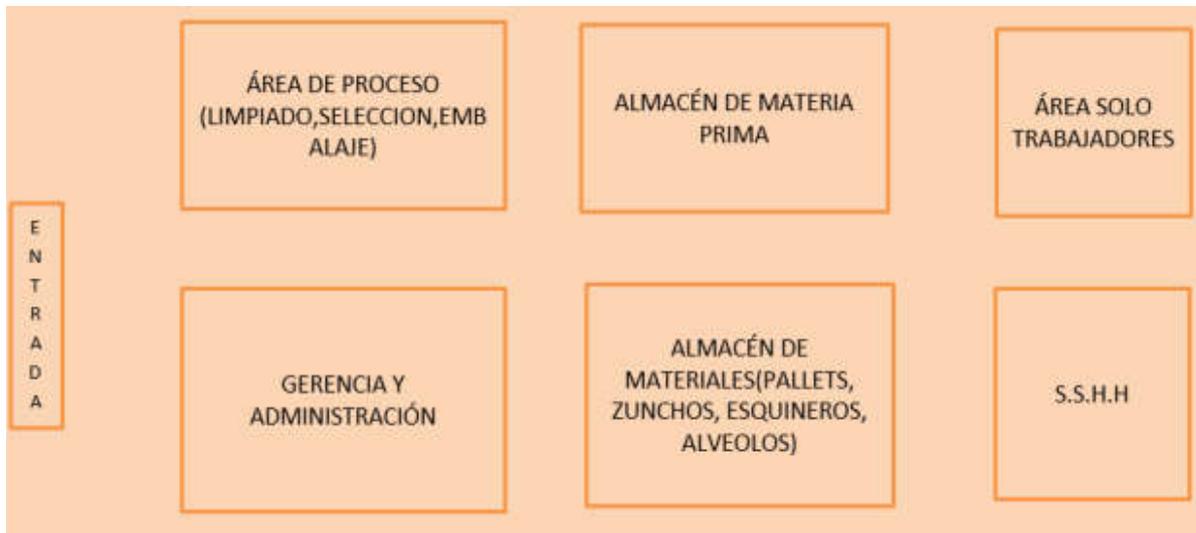


Ilustración 10: LAY OUT

Elaboración: Propia

### 3 PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

#### 3.1 Envase, empaque y embalaje

##### Envase

El envase es todo aquello que contiene al producto, facilita el transporte y es cualquier recipiente, lata o envoltura para contener al producto.

En el caso del maracuyá fresco se utilizarán alveolos de 18, las cuales son necesarias para separar, proteger al producto al momento de su manipulación y transporte, también tiene como objetivo ofrecer una mejor presentación.



Ilustración 11: Alveolos

##### Empaque

Es aquel todo aquello que envuelve, contiene y protege debidamente los productos envasados, que facilita, protege y resiste las operaciones de transporte y manejo, e identifica su contenido.

La maracuyá será exportada en caja de cartón de 4.1 Kg de marca genérica, de acuerdo al calibre que posean la maracuyás.

Caja : Caja de cartón corrugado de 4.1 Kg

Medidas de las cajas: 333 mm x 300 mm x 120 mm

Marca : GENÉRICA

### **Paletizado**

El paletizado es la acción y efecto de disponer mercancía sobre un palé para su almacenaje y transporte. Las mercancías se paletizan para conseguir una uniformidad y facilidad de manipulación en grandes cantidades, así se ahorra espacio y se rentabiliza el tiempo de carga, descarga y manipulación.

## **3.2 Diseño del rotulado y marcado**

### **Diseño de rotulado**



Ilustración 12: Diseño de la marca

Como se puede apreciar en la ilustración 9, las cajas contarán con pictogramas que servirán de información y orientación para la perfecta manipulación de la carga, se mostrará el país de origen, que lado debe ir hacia arriba, fragilidad, proteger de la humedad, indicación del peso e imágenes de la maracuyá, así mismo estará acompañado por el nombre de la empresa Exportadora Perú S.A.C.

### **Diseño del mercado**

La marca del producto estará comprendida por una imagen y palabras; la imagen es la silueta y representación del maracuyá fresco, acompañado del nombre de la empresa destacando el origen del producto, el cual es peruano.



Ilustración 13 : Diseño de la marca

### **3.3 Unitarización y cubicaje**

#### **Unitarización**

Los productos serán debidamente embalados e inmovilizados en cajas de cartón, las cuales se apilarán sobre pallets, la unitarización consigue asegurar la total integridad de las mercancías durante su transporte tanto para el mercado interno como internacional, de tal manera que permitan manipularse dentro de la distribución física como una sola unidad de carga con optimización de todos los recursos.

Los pallets necesarios para la unitarización de la carga según la Norma 3394 deben corresponder de acuerdo al medio de transporte seleccionado el transporte marítimo.

Gráfico	Características
	Pallet de madera
	Norma de embalajes NIMF N° 15
	Medidas: 120 cm x 80 cm x 14 cm
	Base 8 cajas de cartón

Ilustración 14: Pallets

Fuente: (SEARATES, 2018)

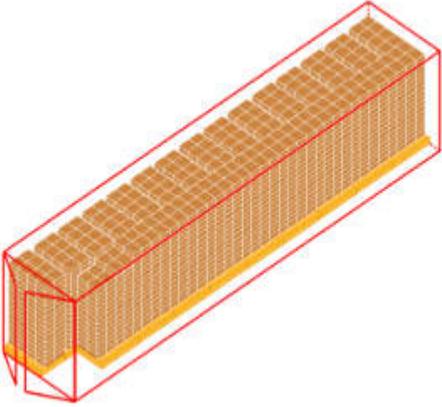
Unitarización	
	Base: 8 cajas de cartón corrugado
	Niveles : 16 pisos
	Total de cajas por pallet: 128 cajas
	Total de Stan up Retort Pouch por pallet: 2944 cajas
	Total de pallets por embarque: 23
	Peso neto por embarque: 11,187 Kg
	Tipo de contenedor: 40´

Ilustración 15: Unitarización de la carga

Fuente: (SEARATES, 2018)

### 3.4 Cadena de DFI de exportación

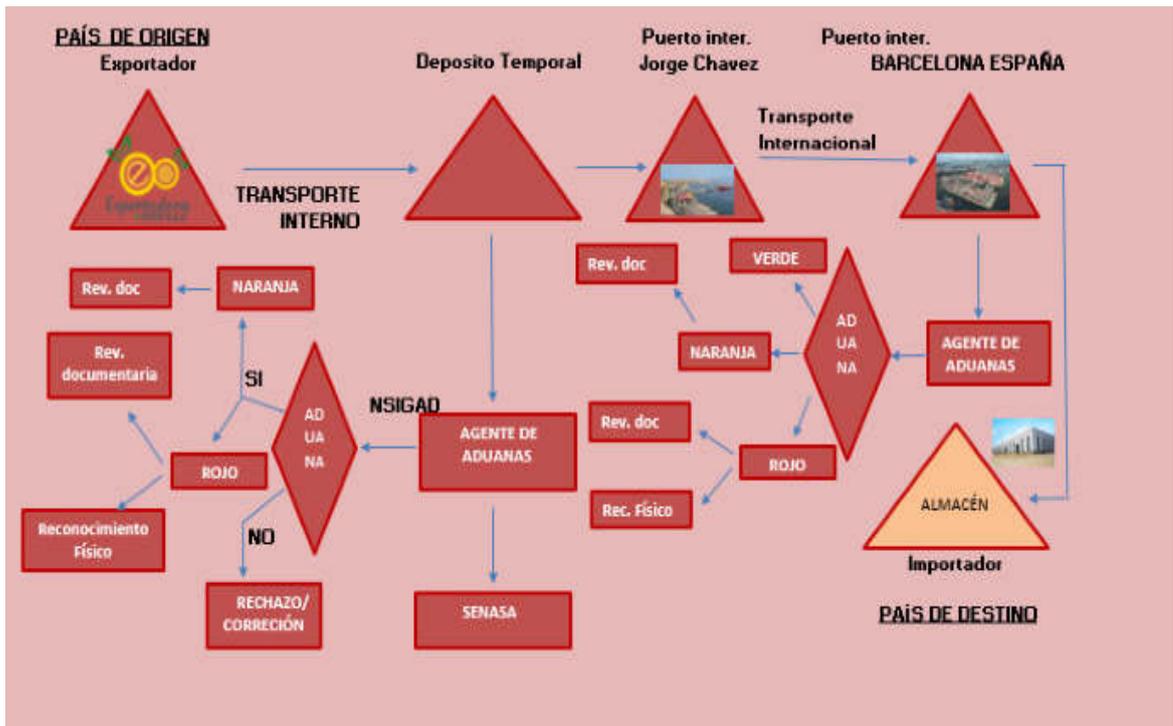


Ilustración 16 : Flujograma de la cadena de Distribución Logística.

La cadena de distribución logística se iniciará con el acopio de la maracuyá en el almacén de la Exportadora Perú S.A.C, después de que el producto esté listo para exportar, se trasladará hacia el aeropuerto Jorge Chávez para ser enviado hacia su destino final el cual es Barcelona – España. Esto significa que el importador asumirá los riesgos y gastos de dicha mercancía en el país de destino.

Es necesario resaltar que la empresa Exportadora Perú S.A.C tendrá como proveedor del producto maracuyá fresca a la Asociación de Pequeños Productores de Tongorrape, ya que son los únicos en el Perú que proveen maracuyá fresca orgánica, gracias a eso ha permitido que la empresa Frutosa sea la empresa líder en la exportación de jugo de maracuyá simple orgánico.

## **Determinación de requerimientos de insumos e infraestructura.**

### **Cuadro de materia prima e insumos.**

La empresa Exportadora Perú S.A.C adquirirá la maracuyá fresca del proveedor Asociación de Pequeños Productores de Tongorrape.

Tabla 48: Proveedores de insumos

Insumos	Proveedores
Maracuyá fresca	Asociación de productores Tongorrape .
Cajas de cartón	TRUPAL.
Esquineros y zunchos	Fruits Valley.
Transporte	Rafah Express Eirl.
Paletizado	Grupo maderero Alto Marañon.

Elaboración: Propia

### **Establecer estrategias de suministro**

A continuación, se detallan los puntos importantes de la cadena de suministro (Suministro de materia prima y maquila)

- Alianza estratégica con los productores de maracuyá fresca estará basada en beneficios mutuos para el agricultor y la empresa, creando bienestar y manteniendo una buena relación comercial.
- Demostrar interés en su desarrollo como población a través de actividades de responsabilidad social, inclusión laboral.

### **Estrategias con proveedores de insumos:**

- Mantener una buena relación comercial con los productores pagando a tiempo, según lo acordado en la compra.
- Establecer patrones y estándares de calidad para el acopio de maracuyá.
- La compra de pallets será concesionada por la empresa Alto Marañón, ubicada en Piura, se establece relaciones con esta empresa debido a la certificación obtenida por SENASA lo cual garantiza la calidad y cuidado que pueda tener nuestros productos al momento de exportar.

### **Estrategias con proveedores de servicios:**

- Establecer una relación comercial con la empresa de transporte Rafah Express E.I.R.L, la cual se encuentra ubicada en la ciudad de Chiclayo, facilitando el traslado de nuestros productos y ,por lo tanto, los costos del servicio serán inferiores.
- Ya que la empresa se dedicará especialmente al acopio, se presente tercerizar la mayoría de los procesos, lo cual se propondrán convenios estables de largo plazo.

### **Aspectos de Calidad, Trazabilidad y certificaciones**

Según el CODEX STAN 310-201, la exportación de maracuyá fresca debe contar con los siguientes aspectos de calidad:

- sanas, y exentas de podredumbre o deterioro que hagan que no sean aptas para el consumo.
- limpias, y exentas de cualquier materia extraña visible.

- exentas de plagas, y daños causados por ellas, que afecten al aspecto general del producto.
- El maracuyá deberá haber alcanzado un grado apropiado de desarrollo y madurez, de conformidad con los criterios peculiares de la variedad y la zona en que se producen.
- El desarrollo y condición del maracuyá deberán ser tales que les permitan soportar el transporte y la manipulación y llegar en estado satisfactorio al lugar de destino.

### **Trazabilidad desde producción**

Los sistemas de trazabilidad proporcionan una seguridad a los consumidores debido a que dan certeza de que los productos se producen con la conveniente transparencia informativa a lo largo de toda la cadena logística, desde el productor hacia el consumidor final.

- La producción de maracuyá fresca Procederá de Tongorrape- Chiclayo. (a unas dos horas de la ciudad de Chiclayo).
- El producto se dirigirá hacia el mercado Europeo - español.
- Para mejorar el control del sistema de trazabilidad será necesario utilizar 2 códigos para los dos seleccionadores que intervienen en el proceso de elección los cuales serán: S01 y S02, dichos códigos serán registrados en cada una de las cajas que cada seleccionador realice todo el proceso de envase y embalaje.

### Determinación del operador logístico a intervenir

La cadena inicia desde el almacén de la empresa exportadora, el producto saldrá desde Chiclayo hacia Paíta con la empresa Rafah Expres E.I.R.L, para luego contar con el servicio de Tranposrtes Maersk Line quien llevará la mercancía al depósito temporal de Alconsa y después de ello ser llevada al puerto de Paíta y ser embarcado y exportado.

País de origen						Tránsito
Exportación						Frontera
	<b>Exportado ra Perú S.A.C</b>					
<b>Traslado interno (Tongorrape – Chiclayo)</b>	<b>ACOPIAD ORA</b>	<b>AGENTE DE CARGA</b>	<b>AGENTE DE ADUANAS</b>	<b>ALMACEN</b>	<b>PUERTO DE PAITA</b>	<b>MAERSK LINE</b>

Ilustración 17: Esquema del proceso de cadena de exportación

Elaboración propia

### 3.5 Seguro de las mercancías

La aplicación de un seguro es sumamente importante para una mercancía y así poder cubrir eventos inesperados que puedan suceder, el Incoterm utilizado para el transporte marítimo FOB. Es por ello que, a continuación, se detalla las empresas aseguradoras de transporte de mercancías marítimas, terrestres y áreas:

- Mapfre Seguro de Transporte de Importación y Exportación
- Seguro de Transporte RIMAC.

## **COBERTURA**

La presente póliza cubre al ASEGURADO contra las pérdidas y/o daños directos que sufren los bienes y/o mercancías señaladas en las Condiciones Particulares durante su transporte desde y hacia puertos internacionales y/o almacenes de proveedores y/o del ASEGURADO y/o depósitos particulares de aduana y que sean a consecuencia de un riesgo cuya causa inmediata o dominante se encuentre incluido en esta póliza.

Asimismo, es posible contratar coberturas adicionales tales como:

Errores y omisiones.

Cláusula por Robo, Hurto y Falta de Entrega del Instituto.

Cláusulas del Instituto para Cargamentos (A).

Cláusulas del Instituto para Cargamentos (B).

Cláusulas del Instituto para Cargamentos (C).

Cláusulas del Instituto para Cargamentos.

Cláusula para Embarques por Expreso.

Cláusula de Clasificación del Instituto.

Cláusulas del Instituto para Guerra (cargamento).

Cláusulas del Instituto para Guerra.

Cláusulas del Instituto para Guerra.(envíos por correo)

Cláusula de Cancelación del Riesgo de Guerra.

Cláusulas del Instituto para Huelgas. (cargamento)

Cláusula de Reposición del Instituto.

Cláusula de Procedimientos en el Evento de Daño o Pérdida Responsabilidad de transportistas, Depositarios y otros Terceros.

Cláusula de Localidad del Instituto.

Cláusula de Daño Malicioso.

Cláusulas del Instituto para Huelgas.

Protección de Marca.

Cláusula de Daño Oculto.

Caídas durante las Operaciones de Carga y Descarga.

## **4 PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL**

### **4.1 Fijación de precios**

La Exportadora Perú S.A.C asumirá la responsabilidad, costos y riesgos de la mercancía ingresado al terminal de almacenamiento para luego ser entregada la mercancía en el transporte, dejando la carga lista para su embarque.

## Costos y precios

Tabla 49: Costos de Materia Prima por Embarque

Descripción	\$/embarque
Maracuyá en campo	4,972
Traslado a Planta de Proceso	210.36
Carga y descarga	50.00
<b>Subtotal</b>	<b>5232.45</b>

En la tabla anterior se puede observar los costos de materia prima con los cuales se incurrirán en el presente proyecto, comenzando con la maracuyá en campo por embarque, el cual tiene un costo de 4972.00 dólares, el traslado de Tongorrape hacia Chiclayo, la planta de proceso 210.36 dólares y la carga y descarga 50 dólares.

Tabla 50: Mano de Obra Directa

Descripción	\$/mes
Seleccionadores (2)	98.46
Jefe de Operaciones	261.54
<b>Subtotal</b>	<b>360.00</b>

Los costos en mano de obra directa como se detallan en la tabla anterior son seleccionadores, jefe de operaciones los cuales tienen un costo 98.46, 261.54 dólares respectivamente.

Tabla 51: Costos Indirectos de Fabricación

<b>Descripción</b>	<b>\$/embarque</b>
Alquiler planta de selección y empaque	1,476.00
Depreciación de Muebles y Equipos	204.00
Cajas y otros	6,090.00
<b>Subtotal</b>	<b>7,769.00</b>

Los costos indirectos de fabricación (CIF) son aquellos costos con los que se debe cubrir en una empresa y son costos que se relacionan con todo el funcionamiento de una empresa, dentro de ello está el alquiler de planta, depreciación de muebles, cajas y maquila orgánica.

Tabla 52: Gastos de Exportación por Embarque

<b>Descripción</b>	<b>\$/embarque</b>
Agenciamiento Marítimo	220.00
Costos Operativos	50.00
Traslados	950.00
<b>Subtotal</b>	<b>1,220.00</b>

Los gastos de exportación con los cuales se tiene que cubrir son: agenciamiento, costos operativos y traslados de planta hacia Paita.

Tabla 53: Gastos Administrativos

Descripción	\$/mes
Gerente Comercial	308.00
Contabilidad	100.00
Asistente de Exportaciones	231.00
<b>Subtotal</b>	<b>639.00</b>

En la tabla anterior se puede observar los gastos administrativos, donde se encuentra el gerente comercial, contabilidad y asistente de administración y sus respectivos sueldos.

#### **Cotización internacional**

**Oferta:** La empresa Exportadora Perú S.A.C realizará una cotización, con la siguiente información detallada:

- ✓ Fecha de cotización: 19/04/2018
- ✓ Razón social: Exportadora Perú S.A.C
- ✓ Dirección: Urb. La parada Mz. D Lote 3 – Chiclayo
- ✓ Teléfono: 943409308
- ✓ Fecha de entrega: 30 días después de haberse aceptado la oferta
- ✓ Descripción de la mercadería: Cajas de cartón de 4.1 kg conteniendo maracuyá fresco orgánico
- ✓ Moneda: Dólares

- ✓ Validez de la oferta : 20 días
- ✓ Cantidad de bultos (cajas) : 2 944 cajas
- ✓ Incoterm: FOB.
- ✓ Forma de pago: Carta de crédito, irrevocable, a la vista, confirmada y transferible.

**Conformidad de la Oferta:** El importador mediante un documento emite un requerimiento de compra, la cual será respondida por el exportador con una oferta en la cual ambos (exportador/importador) tendrán que llegar a un acuerdo con los precios, cantidades y condiciones; se efectúa la confirmación de la oferta.

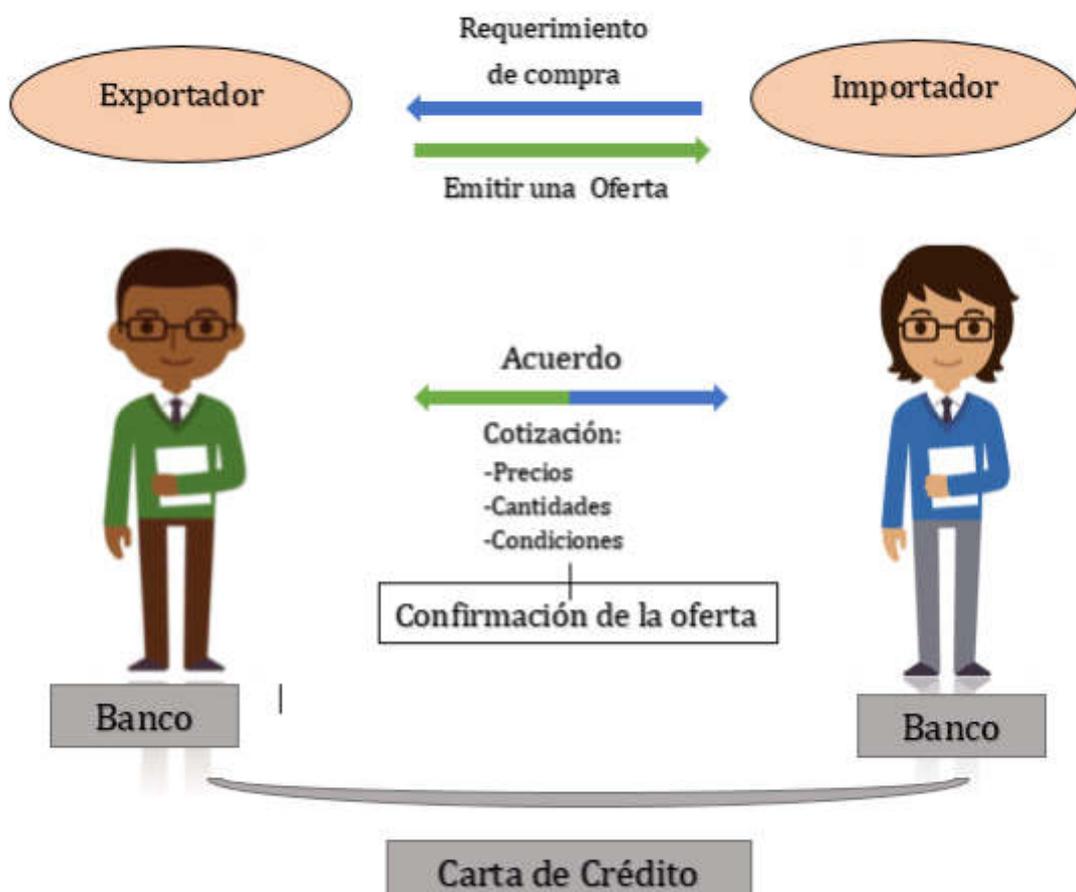


Ilustración 18: Flujo del proceso de cotización internacional

En la ilustración, se detalla el proceso de la cotización internacional a través de la confirmación de la oferta; además como medio de pago involucra la carta de crédito.

#### **4.2 Contrato de compra venta Internacional (Exportación/ Importación) y sus documentos**

##### **Contrato de compra venta Internacional**

Conste por el presente documento, el contrato de Compraventa internacional que celebran de una parte Exportadora Perú S.A.C, empresa constituida bajo las leyes de Perú, con RUC N° 10466545622, con domicilio Urb. La parada Mz. D Lote 3 – Chiclayo, representada por Dania Soto Suyón, identificado con DNI N° 46654562, a quien en adelante se le denominara VENDEDOR/EXPORTADOR y de la otra parte Marafruits Bio, empresa constituida bajo las leyes de España, con N°86459617 con domicilio C/subida al plan 80 bajo, 30310, España, representada por Juan Antonio Muñoz Moreno identificado con DNI 86459617, quien en adelante se le denominará COMPRADOR/IMPORTADOR, bajo los términos y condiciones siguientes:

##### **PRIMERA: OBJETO DEL CONTRATO**

Mediante el presente documento, las partes celebran una compraventa internacional, mediante el cual, el comprador se compromete a efectuar el pago correspondiente por dicha mercancía recibida en el lugar que se determinó por ambas partes, el exportador se compromete a enviar la mercancía al importador en el plazo y lugar designado por ambas partes, las cuales deberán cumplir con las normas del Incoterm elegido en este caso es el FOB.

## **CLAUSULA SEGUNDA: CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO**

Es acordado por las Partes que EL VENDEDOR venderá los siguientes productos: Maracuyá Orgánica en cajas de 4.1 kg, y EL COMPRADOR pagará el precio de dichos productos de conformidad con el clausula cuarta.

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.

## **CLAUSULA TERCERA: PLAZO DE ENTREGA**

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 siendo el 1 de julio 2018.

## **CLAUSULA CUARTA: PRECIO Y MODALIDAD DE PAGO**

Como resultado la valorización de la mercancía, el precio pactado por las partes es de US\$ \$ 21815.04 dólares americanos por embarque la cual será 1 embarque al mes el cual será cancelado mediante la modalidad de pago de Carta de crédito.

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.

## **CLAUSULA QUINTA: CONDICIONES DE PAGO**

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por EL COMPRADOR a EL VENDEDOR deberá realizarse por pago adelantado equivalente al CINCUENTA PORCIENTO (50 %) de la cantidad debitada precio al embarque de los productos, y el restante CINCUENTA PORCIENTO (50 %) después de 15 días de recibidos los productos por parte del comprador.

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

## **CLAUSULA SEXTA: TERMINOS CONTRATUAL DE ENTREGA.**

La entrega se realiza de acuerdo a las reglas de Incoterms 2010. La regla y el lugar de entrega que se acuerda entre las Partes es el siguiente.

Las partes seleccionaron el Incoterms FOB, pactando el lugar de entrega de mercancía en el Puerto de Paita en 30 días después de haber aceptado la oferta.

La documentación a presentar por parte del VENDEDOR:

- Exportador:

Factura comercial

Lista del empaque (Packing List)

Certificado de Origen

Certificado Fitosanitario

DAM

Carta de crédito

Carta de temperatura

Contrato de compraventa

La documentación a presentar por parte del VENDEDOR:

- Importador:

Guía de remisión

Carta de crédito

Instrucciones de embarque

Emito por empresa de transporte

Emitidos por el terminal

Emitidos por el seguro

Contrato de compraventa

El VENDEDOR contratará la aseguradora Rímac y el operador logístico Rafah Express para el traslado de la Mercancía desde el punto de venta hasta el punto de embarque.

El COMPRADOR contratará el operador logístico Lam Cargo para realizar el transporte internacional.

## **CLAUSULA SÉPTIMA: TRASPASO DE RIESGO Y DE LA PROPIEDAD**

La modalidad de entrega en el presente contrato será a través del FOB donde el Vendedor/Exportador asume la responsabilidad, riesgos y costos de envío de la mercadería hasta dejarla lista en el terminal de almacenamiento para su embarque.

## **CLAUSULA OCTAVA: OBLIGACIONES DEL VENDEDOR**

El exportador se compromete a transportar y entregar la mercancía en el lugar y plazo determinado, previo acuerdo y en las condiciones requeridas por el importador.

Dicho exportador debe dar al importador el aviso suficiente de que la mercancía ha sido entregada en el punto de acuerdo. El exportador debe pagar los gastos de aquellas operaciones de verificación, comprobar la calidad de la mercancía, medida, peso y recuento.

Asimismo, El exportador debe proporcionar el embalaje requerido para el transporte de la mercancía. El embalaje ha de ser marcado adecuadamente.

El Vendedor debe estar en comunicación para obtener cualquier documento o mensaje electrónico equivalente emitido en el país de expedición y/o de origen que dicho comprador pueda requerir para cualquier trámite en su país.

El comprador será responsable de asumir el seguro.

## **CLAUSULA NOVENA: OBLIGACIONES DE EL COMPRADOR**

El Importador debe pagar el precio según lo dispuesto en el presente contrato.

El mismo, debe brindar la información necesaria que solicite el vendedor para

obtener cualquier licencia de importación o autorización oficial y realizar, si es necesario, todos los trámites aduaneros, para la importación de la mercancía.

El comprador dará aviso al vendedor sobre el nombre del transportista y especificar el modo de transporte, fecha y el punto dentro de la zona donde la mercancía debe ser entregada al transportista. Además, aceptará la prueba de la entrega.

Dicho Comprador, deberá pagar todos los gastos relativos a la mercancía desde el momento en que haya recibido la carga en el punto de origen, así como de cualquier otro gasto adicional en que haya incurrido. Asimismo, debe cubrir todos los gastos que haya incurrido en obtener los documentos y/o mensajes electrónicos que confirmen la entrega de la mercancía, así como rembolsar aquellos gastos incurridos por el Vendedor al prestar su ayuda al respecto.

#### **CLAUSULA DECIMA: ARBITRAJE**

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

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

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

#### **CLAUSULA DECIMA PRIMERA: RETRASO DE ENVIOS**

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.

#### **CLAUSULA DECIMA SEGUNDA: INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS**

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.

#### **CLAUSULA DECIMO TERCERA: COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES**

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.

#### **CLAUSULA DECIMO CUARTA: CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR.**

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

**CLAUSULA DECIMO QUINTO: ACUERDO INTEGRAL**

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 20 Días del mes de junio 2018.

.....

.....

**EL VENDEDOR**

**EL COMPRADOR**

**4.3 Elección y aplicación del Incoterm.**

En la compraventa internacional estando de acuerdo ambas partes exportador /importador utilizarán el Incoterm FOB, ambas partes deberán cumplir con las normas establecidas, ya especificadas y detalladas en el contrato.

**4.4 Determinación del medio de pago y cobro**

Los medios de pagos utilizados en la compraventa internacional cubren en diferentes medidas los riesgos que pueden ocurrir en el comercio internacional, para la presente operación se detallará la elección del medio de pago, para

indicar designar las responsabilidades de ambas partes. Considerando que el importador es un nuevo cliente se usara como medio de pago la carta de crédito, ya que este medio de pago ofrece un mayor nivel de seguridad al vendedor.

### **Carta de Crédito**

El crédito documentario permite al vendedor disponer de una seguridad de cobro con anterioridad a la expedición de la mercancía, e incluso con anterioridad al inicio de su fabricación. Por su parte, el comprador tendrá la seguridad de que su obligación de pago sólo se producirá cuando el vendedor haya aportado documentación acreditativa suficiente de la expedición de la mercancía deseada. El crédito es, pues, una garantía para ambas partes.

En consecuencia es una operación bancaria pactada por dos partes: el importador (comprador) y el exportador (vendedor); mediante la cual el comprador pone a disposición del vendedor un crédito con unas condiciones concretas respecto a la mercancía, su entrega, su transporte, los plazos y los documentos que se requieren previamente negociados entre ambos e incluso fijados en la factura proforma aceptada o el contrato de compraventa.

El crédito documentario será emitido por la entidad bancaria del importador a la entidad del beneficiario a favor de este último. El riesgo de la emisión lo soporta por lo tanto el importador. A partir de dicho momento, el beneficiario tiene la garantía de cobro del banco emisor, una vez cumplidos todos los términos del crédito documentario.

El crédito documentario es importante para el comercio internacional, pero cabe resaltar que su uso depende de los tipos, modalidades y disposiciones que

poseen. De acuerdo a lo antes mencionado hemos creído pertinente escoger las siguientes modalidades:

### **IRREVOCABLE**

Una carta de crédito es irrevocable, cuando solo se puede ser modificada; única y exclusivamente, con la aceptación de todas las partes que intervienen en ellas.

### **CONFIRMADO**

Una carta de crédito es confirmado cuando un banco notificador, que en este caso es el banco del exportador, confirma una carta de crédito; garantizando el pago al beneficiario y, asume una responsabilidad adicional a la del banco o emite.

### **A LA VISTA**

La carta de crédito a la vista es aquella donde el beneficiario de la carta tiene derecho a recibir el pago por parte del banco emisor de la carta al momento de la presentación de los documentos de conformidad con los requisitos bajo el crédito. Este a su vez puede ser con negociación o sin negociación.

Para esta operación el BBVA tiene como requisitos:

1. Tener cuenta abierta en el banco BBVA
2. Recepción del Swift de la carta de crédito
3. Recopilación y envío de la documentación, enviándolo al banco del importador.

#### 4.5 Elección del régimen de exportación

La maracuyá fresca orgánica se acoge al régimen de exportación definitiva con la finalidad de facilitar el despacho para la exportación de mercancías nacionales o nacionalizadas que salen del territorio aduanero para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afecta a tributo alguno.

#### 4.6 Gestión Aduanera de comercio Internacional

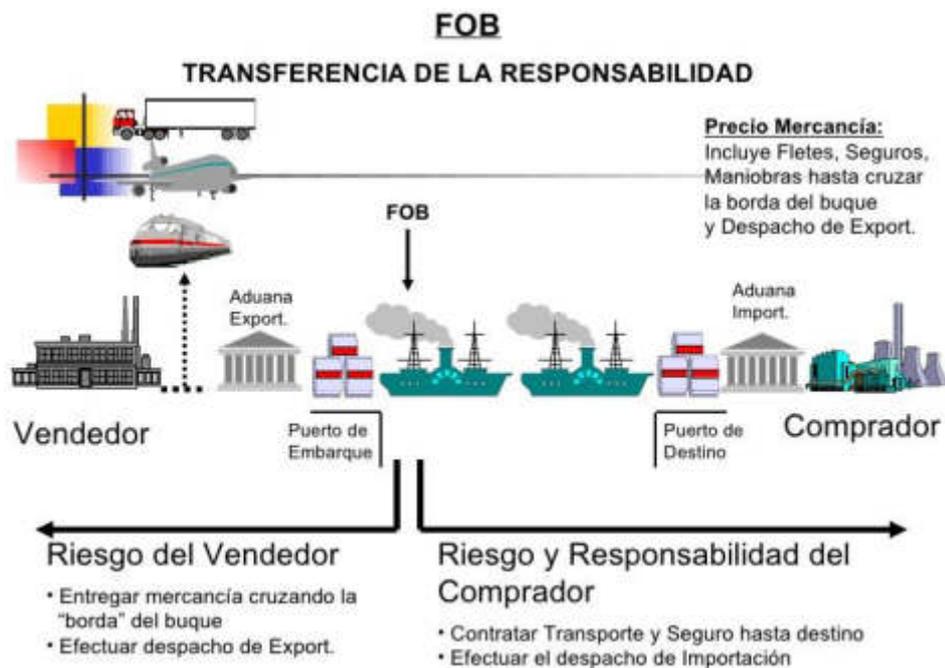


Ilustración 19: Incoterm FOB

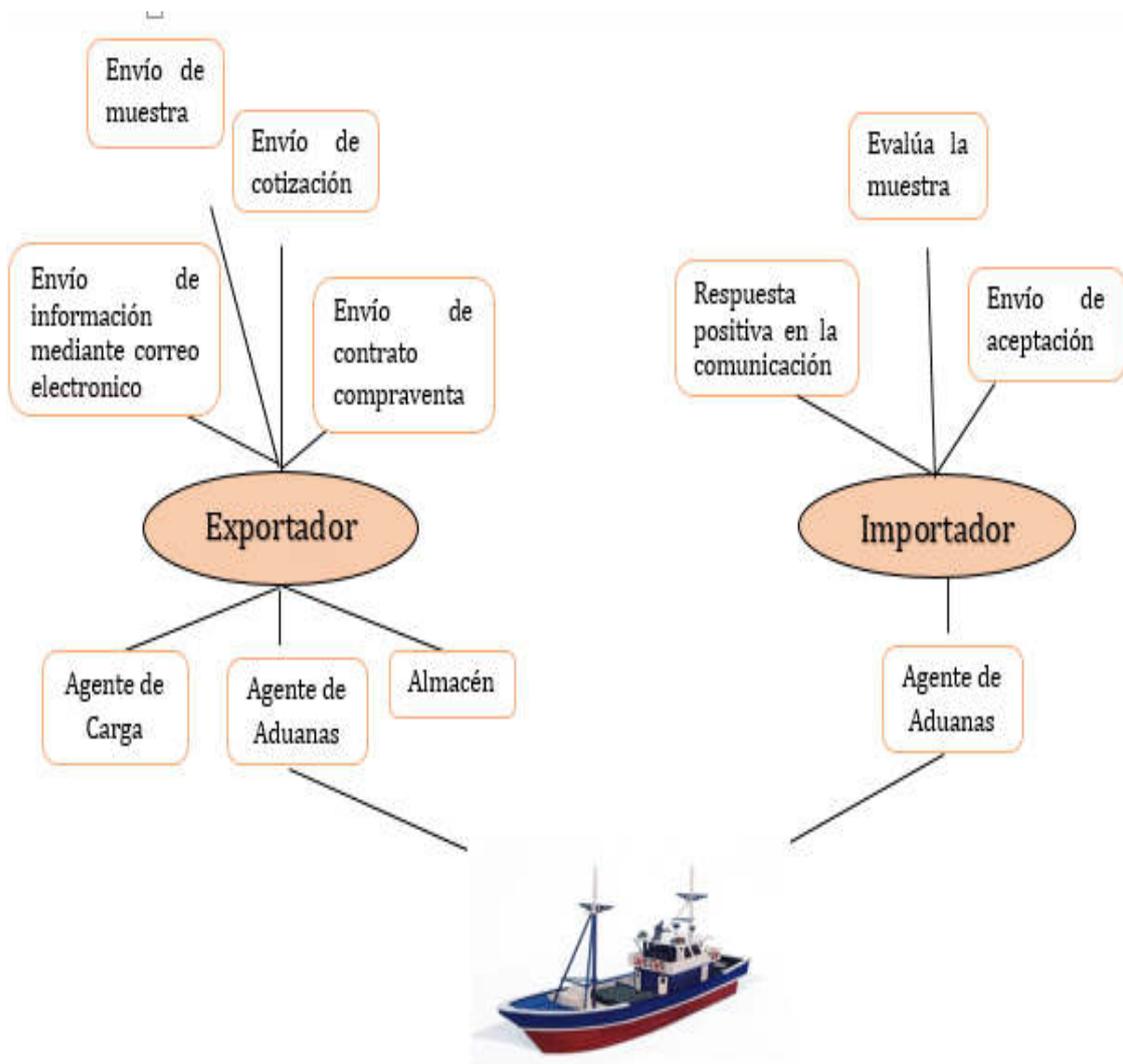
Exportadora Perú S.A.C, la modalidad de entrega de la mercancía que se registró el contrato será a través del incoterm FOB (Free On Board), El vendedor entrega la mercancía a bordo del buque designado por el comprador en el puerto de embarque designado y estibado; en ese momento se traspasan los riesgos de pérdida o daño de la mercancía del vendedor al comprador. El vendedor contrata el transporte principal, a través de un transitorio o

un consignatario, por cuenta del comprador. El vendedor también realiza los trámites aduaneros necesarios para la exportación.

A continuación, se especifica el procedimiento:

1. Identificación del cliente potencial: Se realizó un análisis de los exportadores de maracuyá fresco en el Perú y gracias a ello encontramos a sus potenciales clientes en la ciudad de Barcelona, y se seleccionó al que brinda un valor agregado.
2. Contacto con el cliente: Se envió un correo electrónico a los clientes potenciales con una presentación formal de la empresa, detallando nuestro producto con sus beneficios y propiedades.
3. Cuando nuestro cliente potencial responda de forma positiva, se enviará una muestra sin valor comercial para que pueda constatar todo lo ofrecido con anterioridad.
4. Cuando nuestro cliente potencial presentó un interés por el producto, se enviará una oferta formal especificando las condiciones de la negociación.
5. Aceptación de la cotización mediante un contrato de compraventa internacional o una orden de compra.

#### 4.7 Gestión de las operaciones de exportación flujo grama



1. Exportadora Perú S.A.C (Exportador) enviará información detallada mediante correo electrónico al importador, y éste responde interesado, de acuerdo a ello se envía una muestra y cotización, el importador evalúa la muestra y cotización estando de acuerdo envía una solicitud de aceptación, el exportador recepciona la solicitud y envía un contrato de compraventa al importador, y éste estando de acuerdo acepta los términos y condiciones del contrato.

2. El exportador procederá con la preparación del producto y se encargará de realizar los trámites administrativos, así como de emitir los documentos correspondientes para la exportación de la mercadería.
3. El importador se encargará de confirmar vía electrónica la reserva de embarque para el ingreso de la mercadería al depósito temporal.
4. El Exportador con esta confirmación, procederá a realizar el packing y contratará los servicios de una empresa de transportes para la movilización de la carga al aeropuerto.
5. El Exportador procederá a contratar los servicios de un agente de aduana, quien estará encargado de realizar los trámites de salida de la mercadería, acompañará el ingreso de la carga, así como numerará la DAM y realizará el refrendo documentario; de acuerdo al canal asignado se procederá con el aforo físico o revisión documentaria.
6. Como el importador es un cliente nuevo se entregará los documentos necesarios junto con el B/L el mismo día que se enviará la mercancía.
7. El Agente de aduana en forma paralela se encargará de tramitar los vistos buenos para la entrega del B/L, que por instrucción del Importador será emitido en destino.

## 5 PLAN DE ECONÓMICO FINANCIERO

### 5.1 Tipo de Cambio

En el presente proyecto se tomará como tipo de cambio base el valor de dólar 3.25 soles.

### 5.2 Inversión fija

La empresa Exportadora Perú S.A.C para poner en marcha el proyecto presenta la siguiente estructura de inversión fija de la siguiente forma:

Tabla 54: Inversión Fija

RUBRO	VALOR UNITARIO	UNIDADES REQUERIDAS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL US\$
<b>INFRAESTRUCTURA</b>				
Remodelación Área de Selección y empaque(100m2)	25	200	m2	5,000
<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>				
Máquina Recepcionadora y de Limpieza	3,077	1	unidad	3,077
Balanza de Plataforma digital (500Kg.)	154	1	unidad	154
Codificadora electrónica	180	2	unidades	360
Máquina frigorífica (8x4x2.78)	10,000	1	unidades	10,000
<b>HERRAMIENTAS</b>				
Pallets de madera	20	25	unidades	500
Jabas plásticas de recepción de frutas	4.6	80	unidades	369
Carretilla de mano de acero inoxidable	46	2	unidades	92
Refractómetro BRIX	58	2	unidades	117
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				
Escritorio	92	2	unidades	184
Sillas	15	6	unidades	92
Stands y muebles de oficina	150	2	set	300
<b>EQUIPOS</b>				
Set de computador Core I5 + Impresora EPSON L310	508	2	set	1,015
<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA TANGIBLE</b>				<b>21,261</b>

Elaboración: Propia

### 5.3 Capital de trabajo

El Capital de trabajo es la capacidad que tiene la empresa para desarrollar y continuar con las actividades en el corto plazo.

Tabla 55: Requerimientos para el capital de trabajo

RUBRO	VALOR UNITARIO	UNIDADES REQUERIDAS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL US\$
<b>MATERIA PRIMA</b>				
Maracuyá fresca.	0.49	37,291	Kg	14,916
Traslado a Planta de Proceso	0.02	37,291	kg	631
Carga y descarga	50.00	3	embarque	150
<b>EMPAQUETADO</b>				
Cajas, esquineros, zunchos, etiquetas y otros	1.90	8,832	caja	18,269
<b>MANO DE OBRA</b>				
Seleccionadores y empacadoras	2.46	120	Horas-Hombre	295
Jefe de Operaciones	184.62	3	mensual	785
<b>GASTOS</b>				
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS :</b>				
Gerente General y Comercial	308	3	mes	923
Contador	100	3	mes	300
Gastos Operativos	50	3	embarque	150
Alquiler de almacén	1,476	3	mes	4,427
<b>GASTOS DE VENTAS</b>				
Asistente de Exportaciones	231	3	mes	692
Gastos de Exportación - FOB a bordo Marítimo Paita	1,170	3	embarque	3,510
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>				<b>45,048</b>

Elaboración: Propia

#### 5.4 Inversión Total

En la inversión total se realizará la suma de la inversión fija tangible e intangible, es por ello que se adicionará el siguiente cuadro de inversión intangible.

Para el desarrollo del proyecto, es importante también mencionar los gastos que incurrirán en los diversos documentos y permisos para llevar a cabo el negocio, es por ello que los activos intangibles están conformados por la siguiente manera:

Tabla 56: Intangibles requeridos para el proyecto

RUBRO	VALOR UNITARIO	UNIDADES REQUERIDAS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL US\$
LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	154	1	DOCUMENTO	154
GASTOS DE CONSTITUCIÓN Y FORMALIZACIÓN	262	1	DOCUMENTO	262
REGISTRO DE MARCA (INDECOPI)	187	1	DOCUMENTO	187
PÁGINA WEB	369	1	DOCUMENTO	369
DEFENSA CIVIL	138	1	DOCUMENTO	138
REGISTRO SANITARIO	46	1	DOCUMENTO	46
<b>TOTAL</b>				<b>1,156</b>

Elaboración: Propia

Sumando con la tabla 56, resulta una inversión fija como se detalla a continuación

Tabla 57: Inversión Total

<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA</b>	<b>21,261</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN INTANGIBLE</b>	<b>1,156</b>
<b>TOTAL</b>	<b>22,417</b>

Elaboración: Propia

## 5.5 Estructura de Inversión y Financiamiento

### Estructura de la inversión y determinación del horizonte

El proyecto muestra la siguiente estructura de inversión con la que la empresa

Exportadora Perú S.A.C realizará sus actividades.

Tabla 58: Estructura de la inversión y financiamiento

RUBRO	VALOR UNITARIO	UNIDADES REQUERIDAS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO TOTAL US\$
<b>INFRAESTRUCTURA:</b>				
Remodelación Área de Selección y empaque(100m2)	25	200	m2	5,000
<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS:</b>				
Máquina Receptoradora y de Limpieza	3,077	1	unidad	3,077
Balanza de Plataforma digital (500Kg.)	154	1	unidad	154
Codificadora electrónica	180	2	unidades	360
Maquina refrigeradora	10,000	1	unidades	10,000
<b>HERRAMIENTAS</b>				
Pallets de madera	20	25	unidades	500
Jabas plásticas de recepción de frutas	4.6	80	unidades	369
Carretilla de mano de acero inoxidable	46	2	unidades	92
Refractómetro BRIX	58	2	unidades	117
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				
Escritorio	92	2	unidades	184
Sillas	15	6	unidades	92
Stand y útiles de oficina	150	2	set	300
<b>EQUIPOS</b>				
Set de computador Corel I5 + Impresora EPSON L310	508	2	set	1,015
<b>INTANGIBLES</b>				
Licencia de funcionamiento			documento	154
Gastos de constitución y formalización			documento	262
Registro de marca (indecopi)			documento	187
Página web			documento	369
Defensa civil			documento	138
Registro sanitario			documento	46
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>				<b>22,417</b>

Elaboración: Propia

Habiendo observando previamente los costos a incurrir en el proyecto, a continuación, se puede observar el siguiente cuadro de financiamiento, el cual muestra lo que cada socio invertirá para que este proyecto pueda iniciar.

Tabla 59: Recursos propios y préstamos

<b>CONCEPTO</b>	<b>ACTIVOS</b>	<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
RECURSOS PROPIOS	17,194.36	34,552.57	51,746.93	76.70%
PRESTAMOS	5,233.03	10,495.83	15,718.85	23.30%
TOTAL	22,417.38	45,048.40	67,465.78	100.00%
<b>CONCEPTO</b>	<b>ACTIVOS</b>	<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
RECURSOS PROPIOS	17,194.36	34,552.57	51,746.93	76.70%
PRESTAMOS	5,233.03	10,495.83	15,718.85	23.30%
TOTAL	22,417.38	45,048.40	67,465.78	100.00%

Elaboración: Propia

Como se puede observar en la tabla anterior se contará con más recursos propios, los cuales serán 51,747 dólares y solo se prestará al banco BCP una cantidad de 15,719 dólares con un TCEA del 13.9%.

### 5.6 Fuentes financieras y condiciones de crédito

La proyección de ventas de maracuyá fresca variará la cantidad de embarques por año mostrando el siguiente esquema:

Tabla 60: Proyección de ventas

<b>CONCEPTO</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Número de Embarques	3	4	5	6	7
Cantidad de Kg	33,562	44,749	55,936	67,123	78,310
Precio FOB	1.95	1.99	2.03	2.07	2.11
<b>FOB PAITA Total</b>	<b>65,445</b>	<b>89,005</b>	<b>113,482</b>	<b>138,902</b>	<b>165,293</b>

Elaboración: Propia

Calculando el total de ventas según el cuadro anterior de la proyección para los próximos 5 años, es necesario realizar un análisis de los financiamientos, por lo cual se esquematizará, a continuación, los montos a financiar.

#### **CUADRO DE FINANCIAMIENTO**

Tabla 61: financiamiento del proyecto

<b>CONCEPTO</b>	<b>0</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Préstamo	15,719		
Amortización			
Principal		7,349	8,370
Interés		1,627	605
Escudo Fiscal		480	179
<b>F.F.</b>	<b>15,719</b>	<b>-8,495</b>	<b>-8,797</b>

Elaboración: Propia

El cuadro de financiamiento es durante 2 años, los cuales serán pagados bajo la siguiente estructura:

Tabla 62: Cronograma de pagos del préstamo bancario

N°	SALDO	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	CUOTA
1	15,719	171	577	748
2	15,142	165	583	748
3	14,560	159	589	748
4	13,970	152	596	748
5	13,375	146	602	748
6	12,773	139	609	748
7	12,164	133	615	748
8	11,549	126	622	748
9	10,927	119	629	748
10	10,298	112	636	748
11	9,662	105	643	748
12	9,020	98	650	748
13	8,370	91	657	748
14	7,713	84	664	748
15	7,050	77	671	748
16	6,379	70	678	748
17	5,700	62	686	748
18	5,014	55	693	748
19	4,321	47	701	748
20	3,620	39	708	748
21	2,912	32	716	748
22	2,196	24	724	748
23	1,472	16	732	748
24	740	8	740	748

Elaboración: Propia

### 5.7 Presupuesto de costos

En toda organización se desarrolla el presupuesto de ingresos y gastos, son estimados que de manera específica intervienen en todo el proceso de fabricación unitaria de un productos. En el siguiente cuadro se detallará el valor de compra, la vida útil de todos los costos que intervienen, así como también la tasa de depreciación.

Cabe señalar que la vida útil de cada maquinarias, equipos, herramientas y otros se ha tomado de la SUNAT.

Tabla 63: Presupuesto de Costos

DESCRIPCIÓN	VALOR DE COMPRA	VIDA ÚTIL	TASA DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
<b>INFRAESTRUCTURA:</b>				
Remodelación Área de Selección y empaque(100m2)	5,000	10	10%	500.00
<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS:</b>				
Máquina Receptoradora y de Limpieza	3,077	10	10%	307.69
Balanza de Plataforma digital (500Kg.)	154	10	10%	15
Codificadora electrónica	360	10	10%	36
Maquinaria frigorífica (8*4*2.78)	10,00	10	10%	1,000
<b>HERRAMIENTAS</b>				
Pallets de madera	500	5	20%	100
Jabas plásticas de recepción de frutas	369	5	20%	74
Carretilla de mano de acero inoxidable	92	5	20%	18
Refractómetro BRIX	117	5	20%	23
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				
Escritorio	184	5	20%	37
Sillas	92	5	20%	18
Stands y útiles de oficina	300	5	20%	60
<b>EQUIPOS</b>				
Set de computador Core I5 + Impresora EPSON L310	1015	4	25%	254
<b>TOTAL</b>	<b>21,261</b>			<b>2,444</b>

Elaboración: Propia

### 5.8 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio hallado para la presente investigación es de 7,600 kilogramos anuales, con un precio de venta FOB a bordo de 1.95 dólares.

Tabla 64: Punto de equilibrio Anual

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL 2018</b>		
COSTO FIJO TOTAL	10,576.25	US\$
PRECIO DE VENTA (FOB a bordo)	1.95	US\$
COSTO VARIABLE UNITARIO	0.56	US\$
PUNTO DE EQUILIBRIO	7,600.00	kgs

Elaboración: Propia

### 5.9 Tributación de la exportación

Los costos que se tienen que realizar en el presente proyecto para realizar la exportación de maracuyá fresca orgánica es el agenciamiento marítimo (comisión de aduanas) y traslados.

Tabla 65: costos de exportación

<b>Descripción</b>	<b>\$/Embarque</b>
Agenciamiento Marítimo	220.00
Traslados	950.00
<b>Subtotal</b>	<b>1220.00</b>

Elaboración: Propia

### 5.10 Presupuesto de ingresos

En la tabla siguiente, conociéndose que estará en marcha el año cero no se tendrá ningún ingreso es por eso que se iniciará desde el año 2018, con ingreso por ventas que superan los 68 mil dólares considerando como ingresos ventas, Drawback el cual se tendrá esa retribución por las cajas.

Tabla 66: Cuadro de Ingresos

CONCEPTO	0	2018	2019	2020	2021	2022	Valor de Rescate
<b>INGRESOS</b>		<b>68,063</b>	<b>92,566</b>	<b>118,021</b>	<b>144,458</b>	<b>171,905</b>	
Ventas		65,445	89,005	113,482	138,902	165,293	
Drawback		2,617.80	3,560	4,539	5,556	6,612	

Elaboración: Propia

### 5.11 Presupuesto de Egresos

En la tabla N 67 se detallan los egresos como lo son la inversión con la cual se iniciará el proyecto, costos de producción, operación e impuesto a la renta.

Tabla 67 : Cuadro de Egresos

CONCEPTO	0	2018	2019	2020	2021	2022	Valor de Rescate
<b>EGRESOS</b>	<b>67,466</b>	<b>47,640</b>	<b>62,759</b>	<b>76,576</b>	<b>91,041</b>	<b>106,075</b>	
<b>INV. INICIAL</b>	<b>67,466</b>	<b>-2,705</b>	<b>-3,596</b>	<b>-694</b>	<b>2,149</b>	<b>4,984</b>	
Infraestructura	5,000						2,500
Maquinaria y equipos	13,591						6,795.38
Herramientas	1,078						-
Muebles enseres	577						-
Equipos	1,015						-
Intangibles	1,156						-
CAMB. CAPITAL DE TRAB.	45,048	-2,705	-3,596	-694	2,149	4,984	45,186
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>		<b>35,046</b>	<b>46,728</b>	<b>50,798</b>	<b>55,477</b>	<b>60,461</b>	
Materia prima		15,697	20,930	26,162	31,395	36,627	
Mano de obra directa		1,080	1,440	1,800	2,160	2,520	
Costos ind. Fab.		18,269	24,358	22,836	21,922	21,314	
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>		<b>10,002</b>	<b>11,172</b>	<b>12,342</b>	<b>13,512</b>	<b>14,682</b>	
Gastos administrativos		5,800	5,800	5,800	5,800	5,800	
Gastos de venta		4,202	5,372	6,542	7,712	8,882	
<b>IMPUESTO A LA RENTA</b>		<b>5,296</b>	<b>8,455</b>	<b>14,130</b>	<b>19,903</b>	<b>25,948</b>	

Elaboración: Propia

## 5.12 Flujo de caja proyectado

### Flujo de caja Económico

En el flujo de caja económico se involucran costos y gastos que intervienen en el proyecto con excepción a los gastos financieros como lo es el préstamo y pago que se realizará al banco, el flujo de caja económico va ayudar a poder tener un panorama en una evaluación hacia el empresario.

Tabla 68: Flujo de caja económico

CONCEPTO	0	2018	2019	2020	2021	2022	Valor de Rescate
<b>INGRESOS</b>		<b>68,063</b>	<b>92,566</b>	<b>118,021</b>	<b>144,458</b>	<b>171,905</b>	
Ventas		65,445	89,005	113,482	138,902	165,293	
Drawback		2,617.80	3,560	4,539	5,556	6,612	
<b>EGRESOS</b>	<b>67,466</b>	<b>47,640</b>	<b>62,759</b>	<b>76,576</b>	<b>91,041</b>	<b>106,075</b>	
<b>INV. INICIAL</b>	<b>67,466</b>	<b>-2,705</b>	<b>-3,596</b>	<b>-694</b>	<b>2,149</b>	<b>4,984</b>	
Infraestructura	5,000						2,500
Maquinaria y equipos	13,591						6,795.38
Herramientas	1,078						-
Muebles y enseres	577						-
Equipos	1,015						-
Intangibles	1,156						-
CAMB. CAPITAL DE TRAB.	45,048	-2,705	-3,596	-694	2,149	4,984	45,186
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>		<b>35,046</b>	<b>46,728</b>	<b>50,798</b>	<b>55,477</b>	<b>60,461</b>	
Materia prima		15,697	20,930	26,162	31,395	36,627	
Mano de obra directa		1,080	1,440	1,800	2,160	2,520	
Costos ind. Fab.		18,269	24,358	22,836	21,922	21,314	
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>		<b>10,002</b>	<b>11,172</b>	<b>12,342</b>	<b>13,512</b>	<b>14,682</b>	
Gastos administrativos		5,800	5,800	5,800	5,800	5,800	
Gastos de venta		4,202	5,372	6,542	7,712	8,882	
<b>Impuesto a la renta</b>		<b>5,296</b>	<b>8,455</b>	<b>14,130</b>	<b>19,903</b>	<b>25,948</b>	
<b>F.C.E.</b>	<b>-67,466</b>	<b>20,423</b>	<b>29,807</b>	<b>41,445</b>	<b>53,417</b>	<b>65,829</b>	<b>54,481</b>

Elaboración: Propia

## Flujo de caja Financiero

En el flujo de caja financiero comprenden absolutamente todos los costos y gastos en el cual el proyecto se verá afecto, después de haber realizado las fuentes de financiamiento y flujo de caja económico.

Tabla 69: Flujo de caja financiero

CONCEPTO	0	2018	2019	2020	2021	2022	Valor de Rescate
<b>INGRESOS</b>		<b>68,063</b>	<b>92,566</b>	<b>118,021</b>	<b>144,458</b>	<b>171,905</b>	
Ventas		65,445	89,005	113,482	138,902	165,293	
Drawback		2,617.80	3,560	4,539	5,556	6,612	
<b>EGRESOS</b>	<b>67,466</b>	<b>47,640</b>	<b>62,759</b>	<b>76,576</b>	<b>91,041</b>	<b>106,075</b>	
<b>INV. INICIAL</b>	<b>67,466</b>	<b>-2,705</b>	<b>-3,596</b>	<b>-694</b>	<b>2,149</b>	<b>4,984</b>	
Infraestructura	5,000						2,500
Maquinaria y equipos	13,591						6,795.38
Herramientas	1,078						-
Muebles y enseres	577						-
Equipos	1,015						-
Intangibles	1,156						-
CAMB. CAPITAL DE TRAB.	45,048	-2,705	-3,596	-694	2,149	4,984	45,186
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>		<b>35,046</b>	<b>46,728</b>	<b>50,798</b>	<b>55,477</b>	<b>60,461</b>	
Materia prima		15,697	20,930	26,162	31,395	36,627	
Mano de obra directa		1,080	1,440	1,800	2,160	2,520	
Costos ind. Fab.		18,269	24,358	22,836	21,922	21,314	
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>		<b>10,002</b>	<b>11,172</b>	<b>12,342</b>	<b>13,512</b>	<b>14,682</b>	
Gastos administrativos		5,800	5,800	5,800	5,800	5,800	
Gastos de venta		4,202	5,372	6,542	7,712	8,882	
<b>Impuesto a la renta</b>		<b>5,296</b>	<b>8,455</b>	<b>14,130</b>	<b>19,903</b>	<b>25,948</b>	
<b>F.C.E.</b>	<b>-67,466</b>	<b>20,423</b>	<b>29,807</b>	<b>41,445</b>	<b>53,417</b>	<b>65,829</b>	<b>54,481</b>
Préstamo	15,719						
Amorización							
Principal		7,349	8,370				
Interés		1,627	605				
Escudo Fiscal		480	179				
<b>F.F.</b>	<b>15,719</b>	<b>-8,495</b>	<b>-8,797</b>				

Elaboración: Propia

## Flujo de caja Total

Después de haber detallado el flujo de caja económico y financiero, el flujo de caja total se representa en la tabla 70.

Tabla 70: Flujo de caja total

	0	2018	2019	2020	2021	2022	Valor de Rescate
<b>Flujo de Caja Total</b>	<b>-51,747</b>	<b>11,928</b>	<b>21,010</b>	<b>41,445</b>	<b>53,417</b>	<b>65,829</b>	<b>54,481</b>

Elaboración: Propia

## 5.13 Estado de Ganancias y pérdidas

Tabla 71: Estado de Ganancias y pérdidas año 2018

<b>AÑO 2018</b>	
<b>Ventas</b>	65,445
Costos de Venta	35,046
<b>Margen Bruto</b>	<b>30,399</b>
Gastos Administrativos	5,800
Gastos de Venta	4,202
Depreciación	2,444
Gasto Financiero	1,627
<b>UAI</b>	<b>16,326</b>
Imp. Renta (29.5%)	4,816
<b>U. Neta</b>	<b>14,128</b>

Elaboración: Propia

El análisis de ganancias y pérdidas ayudará a este proyecto a realizar un análisis más específico con respecto a la empresa, desde los costos de ventas totales, gastos administrativos, financieros, entre otros y de esta forma obtener un conocimiento a las utilidades finales o netas que se obtendrán en el

determinado periodo estudiado. Dentro de la utilidad neta se ha añadido los ingresos que se tendrá luego de acogernos al régimen del Drawback.

Tabla 72: Balance General Año 2018

<b>AÑO 2018</b>			
<b>ACTIVO</b>	91,865	<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>91,865</b>
ACTIVO CORRIENTE	71,892	<b>PASIVO</b>	<b>25,991</b>
Caja y Bancos	56,976		
Cuentas por Cobrar	13,089	Corto Plazo	8,370
Existencias	1,827	Largo Plazo	25,991
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>19,973</b>		
Infraestructura	4,500	<b>PATRIMONIO</b>	<b>65,875</b>
Maquinaria y equipos	12,232		
Muebles y enseres	461		
Equipos	762	Capital de Trabajo	65,875
<b>INTANGIBLES</b>	<b>1,156</b>	Utilidad/Pérdida	51,747

Elaboración: Propia

El cuadro anterior ayuda a poder organizar las ratios económicos y financieros, así como la liquidez, rentabilidad, etc., gracias a esas ratios se permitirá determinar en qué situación se encuentra la empresa ya sea favorable o perjudicial.

### **Estado de ganancias y pérdidas proyectado**

Después de detallar el estado financiero durante el primer periodo, es necesario realizar lo mismo con respecto a los demás años de estudio para así visualizar si la proyección del proyecto será positiva o negativa.

Tabla 73: Estado de ganancias y pérdidas proyectado

<b>CONCEPTO</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Ventas	65,445	89,005	113,482	138,902	165,293
Costos de Venta	35,046	46,728	50,798	55,477	60,461
<b>Margen Bruto</b>	<b>30,399</b>	<b>42,277</b>	<b>62,684</b>	<b>83,425</b>	<b>104,832</b>
Gastos Administrativos	5,800	5,800	5,800	5,800	5,800
Gastos de Venta	4,202	5,372	6,542	7,712	8,882
Depreciación	2,444	2,444	2,444	2,444	2,190
Gasto Financiero	1,627	605			
<b>UAI</b>	<b>16,326</b>	<b>28,056</b>	<b>47,897</b>	<b>67,468</b>	<b>87,960</b>
Imp. Renta (29.5%)	4,816	8,276	14,130	19,903	25,948
<b>U. Neta</b>	<b>14,128</b>	<b>23,340</b>	<b>38,307</b>	<b>53,121</b>	<b>68,624</b>

Elaboración: Propia

Las utilidades netas reflejadas para los años 2018 al 2022 permiten concluir que tendrá una tendencia positiva, generado gran expectativa para posteriores años. Cabe señalar que al desarrollar el financiamiento para 2 años ayuda de forma positiva en los resultados finales. Finalmente se realiza la proyección del balance general para los próximos 5 años de estudio, el cual arroja los siguientes resultados:

Tabla 74: Balance General Proyectado

CONCEPTO	2018	2019	2020	2021	2022
<b>ACTIVO</b>	<b>91,865</b>	<b>130,059</b>	<b>195,411</b>	<b>279,645</b>	<b>383,650</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>71,892</b>	<b>112,530</b>	<b>180,325</b>	<b>267,003</b>	<b>373,198</b>
Caja y Bancos	56,976	77,986	119,431	172,848	238,677
Cuentas por Cobrar	13,089	30,890	53,586	81,367	114,425
Existencias	1,827	3,654	7,307	12,788	20,096
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>19,973</b>	<b>17,530</b>	<b>15,086</b>	<b>12,642</b>	<b>10,452</b>
INFRAESTRUCTURA	4,500	4,000	3,500	3,000	2,500
MAQUINARIA Y EQUIPOS:	12,232	10,873	9,514	8,154	6,795
HERRAMIENTAS	863	647	431	216	0
MUEBLES Y ENSERES	461	346	231	115	-
EQUIPOS	762	508	254	-	-
INTANGIBLES	1,156	1,156	1,156	1,156	1,156
<b>PASIVO</b>	<b>25,991</b>	<b>40,845</b>	<b>67,890</b>	<b>99,002</b>	<b>134,384</b>
Corto Plazo	17,621	40,845	67,890	99,002	134,384
Largo Plazo	8,370	-	-	-	-
<b>PATRIMONIO</b>	<b>65,875</b>	<b>89,214</b>	<b>127,521</b>	<b>180,643</b>	<b>249,266</b>
Capital de Trabajo	51,747	51,747	51,747	51,747	51,747
Utilidad/Pérdida	14,128	37,467	75,774	128,896	197,519
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>91,865</b>	<b>130,059</b>	<b>195,411</b>	<b>279,645</b>	<b>383,650</b>

Elaboración: Propia

## 5.14 Evaluación de la inversión VAN, TIR, ETC.

### Evaluación económica

Tabla 75: Escenario Económico

Resumen del escenario				
		MODERADO	OPTIMISTA	PESIMISTA
Celdas cambiantes:				
	PRECIO	1.95	2.66	1.56
	COSTO	0.715	1.39	1.53
	VENTAS	65445.12	208205.66	52356.1
Resultado:				
	VAN E	182,196.48	415,160.31	101,744.21
	TIR E	49%	136%	30%
	B/C E	1.42	1.75	1.26

Elaboración: Propia

La columna de valores actuales representa los valores de las celdas cambiantes en el momento en que se creó el Informe resumen de escenario.

Las celdas cambiantes de cada escenario se muestran en color gris.

Se observa que para los tres posibles escenarios donde inicialmente en el optimista el precio alcanza su más alto punto de 2.66 y su costo total unitarios mengua hasta un 1.39 US\$ la rentabilidad alcanza un 136% y el beneficio costo llega a un 1.75.

Para el escenario pesimista el precio de venta cae a un 1.56 US\$ ocasionando una caída de la rentabilidad al 30% y su beneficio costo cae 0.49 centavos de US\$ con respecto al escenario moderado.

## Evaluación financiera

Tabla 76: Escenario Financiero

Resumen del escenario				
		MODERADO	OPTIMISTA	PESIMISTA
Celdas cambiantes:				
	PRECIO	1.95	2.66	1.56
	COSTO	0.715882698	1.39	1.53
	VENTAS	65445.12	208305.66	52356.1
Resultado:				
	VAN F	156,769.95	372,463.96	83,942.87
	TIR F	54%	167%	33%
	B/C F	1.38	1.70	1.22

Elaboración: Propia

Finalmente, dentro del análisis de escenario en el campo financiero, la rentabilidad para el escenario optimista llega hasta un 167% y si beneficio costo hasta 1.70 US\$, sin embargo para el escenario pesimista la rentabilidad cae hasta un 33% y con un beneficio costo de 1.22 US\$.

Como conclusión se puede decir que el proyecto presenta una rentabilidad segura, ya que en los 3 posibles escenarios que se pueda desarrollar el proyecto, la rentabilidad sigue siendo superior a la tasa de descuento, y su beneficio costo sigue siendo mayor a la unidad.

## Evaluación social

En la evaluación social de la Exportadora Perú S.A.C se actuará bajo responsabilidad hacia sus empleados, clientes y proveedores, los trabajadores de Tongorrapi recibirán un apoyo hacia sus comunidad en lo económico y social, así como también se le brindará un apoyo y trabajo a las mujeres que vienen empoderándose cada día más.

## Impacto Ambiental

Para medir el impacto ambiental de poner en marcha el proyecto Exportadora Perú SAC ha considera tomar las siguientes pautas con respecto al impacto medio ambiental:

- Minorar los residuos de envases.
- Realizar un plan ecológico para los pobladores de la zona.

Tabla 77: Impacto ambiental

VARIABLES DE INCIDENCIA	EFECTO			EFECTO			ESPACIALES			MAGNITUD			
	POSITIVO	NEGATIVO	NEUTRO	PERMANEN	TRANSITORIA			LOCAL	REGIONAL	NACIONAL	LEVE	MODERAD	FUERTE
					CORTA	MEDIA	LARGA						
<b>MEDIO FÍSICO</b>													
Contaminación de aire			X			x		x			x		
Consumo de agua		X				x		x			x		
Consumo de energía		X						x			x		
Ruidos fuertes			X					x			x		
<b>MEDIO BIOLÓGICO</b>													
Destrucción Fauna			X										
Destrucción Flora			X										

Elaboración: Propia

Según análisis del proyecto, las actividades que realizará la empresa afectará negativamente el medio ambiente del entorno.

### 5.15 Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

En la evaluación de costo de oportunidad del capital de trabajo, por cada dólar invertido, se recupera el dólar invertido más 0.42 dólares. El primer beneficio costo Económico es por parte del aporte de los empresarios reflejado en la tablas 78 y en la tabla 79 por el financiamiento.

Tabla 78: Beneficio costo económico

AÑO	INVERSION	INGRESOS	EGRESOS
0	67,466	0	0
1		68,063	47,640
2		92,566	62,759
3		118,021	76,576
4		144,458	91,041
5		226,386	106,075

SUMA INGRESOS	613,667
SUMA EGRESOS	364,004
COSTO- INVERSIÓN	431,470
<b>B/C Económico</b>	<b>1.42</b>

Elaboración: Propia

Tabla 79: Beneficio costo financiero

<b>AÑO</b>	<b>INVERSIÓN</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>EGRESOS</b>
0	67,466	15,719	0
1		68,063	56,135
2		92,566	71,556
3		118,021	76,576
4		144,458	91,041
5		226,386	106,075

SUMA INGRESOS	572,330
SUMA EGRESOS	348,095
COSTO-INVERSIÓN	415,560
<b>B/C Financiero</b>	<b>1.38</b>

Elaboración: Propia

## CONCLUSIONES

1. La empresa Exportadora Perú S.A.C estará localizada en la ciudad Chiclayo; como resultado de la evaluación de los factores ponderando considerando factores de: cercanía a socios de la empresa, cercanía al proveedor, costo de instalación, cercanía a puerto.
2. La empresa Exportador Perú Sac se acogerá al régimen Mype Tributario, cual estará conformado por seis colaboradores bajo el régimen laboral especial, por ser una empresa agroindustrial.
3. El maracuyá fresco orgánica se clasifica en la partida arancelaria 0810.90.10.00, cual permitirá la identificación en el mercado internacional y utilizado para fines tributarios aduaneros.
4. La presentación del producto será en alveolos de 18 und, en cajas de cartón corrugado de 4.1 kg, permitiendo un adecuado traslado, almacenamiento y mejor comercialización.
5. La participación de la empresa Exportadora Perú S.A.C en la exportación de Maracuyá fresca orgánica hacia Barcelona es del 0.54% del total de importaciones realizadas por el país.
6. Un indicador que se vuelve muy sensible para el proyecto es el precio, afectando la TIR y VAN para el análisis económico y financiero, el cual la tendencia de los precios de venta en el mercado internacional, presenta la caída más notable de un 20%, así mismo, el precio más alto que alcanzó el producto en los últimos 5 años analizados fue de 2.11 US\$/Kg.
7. La empresa después de haber realizado el análisis de costos y precio, fija un precio de venta 1.95 US\$/Kg, precio competitivo para ingresar al mercado de Barcelona.

8. El financiamiento del proyecto deberá ser respaldado con un 23.30% por parte del préstamo bancario por el Banco de Crédito del Perú, el cual brindará una tasa efectiva anual del 13.9%.
9. Los resultados del análisis financiero del proyecto son favorables, con una rentabilidad de negocio del 49% en la evaluación económica para un escenario moderado y 54% para la evaluación financiera.
10. Se puede concluir que la idea de negocio de la empresa EXPORTA PERU S.A.C al exportar el maracuyá fresco orgánica es una buena opción, ya que, existe, una tendencia alta sobre el consumo de productos orgánicos, cuidado de la salud en el exterior.

## **RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda en el primer año cumplir con las estrategias de marketing que se ha planteado, para que se pueda garantizar el nivel de ventas y se pueda llegar a la rentabilidad del proyecto.
2. Los productos orgánicos son muy valorados en el exterior y el precio no es un obstáculo por el cual los demandantes no compren el producto, es por ello que se recomienda no desvalorizar mucho al producto.
3. Se recomienda cumplir con lo estipulado en relación a la asignación de montos a pagar al personal.
4. Realizar una fuerza de marketing en lo que respecta a sus páginas Web, redes social (Facebook, Instagram, Whatsapp), ya que el mundo está muy globalizado y en la actualidad la mayoría de compras y contactos con las empresas y personas son dichos medios.
5. Se recomienda que al momento de insertarse en nuevos mercados - clientes realizar cotizaciones estipulando las fechas específicas para poder contar con toda la maracuyá fresca orgánica demandada.
6. Se recomienda cumplir con los aspectos de negociación, es decir la manera de vestir, saludar y sobre todo la puntualidad al momento de tener un contacto estrecho con los compradores.

## ANEXOS

### COTIZACIÓN



Lima 11 de mayo de 2018

Señores

Marafruits Bio

Atención.- Mr. Juan Antonio Muñoz Moreno - Commercial manager

Estimados Señores:

Mediante la presente le hacemos llegar nuestra cotización de acuerdo a las especificaciones establecidas por ustedes:

<b>PRESENTACION</b>	<b>CAJA DE MARACUYÁ FRESCO ORGÁNICO X 4.1 KG</b>
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	<b>081090. 10.00</b>
<b>CANTIDAD</b>	<b>2944 CAJAS</b>
<b>PROPORCION EMBALAJE</b>	<b>CAJAS DE CARTON CORRUGADO 333 mm x 300 mm x 120 mm</b>
<b>PRECIO FOB</b>	<b>1.95 dólares</b>
<b>FORMA DE PAGO</b>	<b>CARTA DE CRÉDITO, IRREVOCABLE, A LA VISTA, CONFIRMADA Y TRANSFERIBLE. 50% EN LA FECHA DE EMBARQUE, 50% DESPUÉS DES 15 DÍAS HABER RECIBIDO EL PRODUCTO.</b>
<b>FECHA DE EMBARQUE</b>	<b>30 DIAS DESPUES DE HABER ACEPTADO LA OFERTA</b>
<b>MEDIO DE TRANSPORTE</b>	<b>MARÍTIMO</b>
<b>AEROPUERTO DE EMBARQUE</b>	<b>PAITA – PERU</b>
<b>VALIDEZ DE LA OFERTA</b>	<b>20 DIAS</b>

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

**DANIA SOTO SUYÓN.**

**GERENTE COMERCIAL**

### Contrato de Compra Venta internacional

Aspectos de la Compra Venta Internacional	Información del Plan de Negocios
<b>Las Partes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Exportador:               <ul style="list-style-type: none"> <li>o Nombre: Exportadora Perú S.A.C</li> <li>o Dirección: Urb. La parada Mz. D Lote 3 – Chiclayo</li> <li>o Contacto: Dania Soto Suyón</li> </ul> </li> <li>- Importador.               <ul style="list-style-type: none"> <li>o Nombre: Marafruits Bio</li> <li>o Dirección: C/subida al plan 80 bajo, 30310, España</li> <li>o Contacto: Juan Antonio Muñoz Moreno</li> </ul> </li> </ul>
<b>La Vigencia del contrato</b>	En 1 año. Posibilidad de prórroga por tácita reducción.
<b>La Mercancía</b>	<p>Maracuyá fresco orgánico            Temperatura: 5°C a 7°C.            Color: Uniforme, característico a la variedad amarillo ácido del maracuyá y el encerado de la fruta.            Apariencia física: Textura compacta, ovalada y dura.            Brix: &gt;13.0            Acidez: Max. 4.5%</p>
<b>La Cantidad</b>	Cantidad: 1 embarque por mes
<b>El Envase</b>	Mallas de polietileno
<b>El Embalaje</b>	Cartón corrugado
<b>El Transporte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Exportador:               <ul style="list-style-type: none"> <li>o Transporte Terrestre desde su almacén hasta el terminal de almacenamiento de Paita.</li> </ul> </li> <li>- Importador:               <ul style="list-style-type: none"> <li>o Transporte Aéreo desde el terminal de Paita hasta el país de destino.</li> </ul> </li> </ul>
<b>La Fecha Máxima de Embarque</b>	30 días
<b>Lugar de Entrega</b>	En Paita, hasta el terminal de almacenamiento para su embarque.
<b>El Incoterm</b>	FCA (Free Carrier)
<b>Los Gastos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Exportador:               <ul style="list-style-type: none"> <li>o Embalaje.</li> <li>o Antes de la entrega de la mercancía al transportista.</li> <li>o Aduana exportación.</li> </ul> </li> <li>- Importador:               <ul style="list-style-type: none"> <li>o Manutención transporte principal(carga)</li> <li>o Transporte principal</li> <li>o Seguro transporte</li> <li>o Manutención transporte principal(descarga)</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Aduana importe</li> <li>○ Al finalizar la ruta</li> </ul>
<b>La Transmisión de los Riegos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Exportador: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Embalaje.</li> <li>○ Antes de la entrega de la mercancía al transportista.</li> <li>○ Aduana exportación.</li> </ul> </li> <li>- Importador: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Manutención transporte principal(carga)</li> <li>○ Transporte principal</li> <li>○ Seguro transporte</li> <li>○ Manutención transporte principal(descarga)</li> <li>○ Aduana importe</li> <li>○ Al finalizar la ruta</li> </ul> </li> </ul>
<b>El Seguro</b>	Paga el Importador en el transporte.
<b>Moneda de Transacción</b>	En Dólares
<b>Precio</b>	US\$ 1.95 x Kg
<b>Forma de Pago</b>	Carta de Crédito
<b>Medio de Pago</b>	Para esta operación el medio de pago será mediante el BBVA.
<b>La Documentación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Exportador: <ul style="list-style-type: none"> <li>Factura comercial</li> <li>Lista del empaque(Packing List)</li> <li>Certificado de Origen</li> <li>Certificado Fitosanitario</li> <li>DAM</li> <li>Carta de crédito</li> <li>Carta de temperatura</li> <li>Contrato de compraventa</li> </ul> </li> <li>- Importador: <ul style="list-style-type: none"> <li>Guía de remisión</li> <li>Carta de crédito</li> <li>Instrucciones de embarque</li> <li>Emito por empresa de transporte aéreo</li> <li>Emitidos por el terminal</li> <li>Emitidos por el seguro</li> <li>Contrato de compraventa</li> </ul> </li> </ul>
<b>Lugar de Fabricación</b>	Perú
<b>Arbitraje</b>	CCI

## Cotización de cajas

Cumpa Chancafe, Fanny (Trupal S.A.) <fcumpa@trupal.com.pe>  
para mí.



Estimada

Buenas tardes

En respuesta a su consulta,

La caja de Maracuyá fresca la más habitual es la de 4.1 Kg marítimo, el precio referencial es en sustrato Kraft es 0.47 USD incl. IGV.

Quedo a la espera de sus comentarios,

Saludos

Fanny Cumpa

Planta Sullana

TRUPAL S.A

Mza. U Lote 1 Zona Industrial N° 5, Sullana, Piura

Tel: +51 073 286740 (Anexo 6822) MOB: +51 984 007 214

EMAIL: [fcumpa@trupal.com.pe](mailto:fcumpa@trupal.com.pe) [www.trupal.com.pe](http://www.trupal.com.pe)

El sistema de correo electrónico de la empresa, de acuerdo a su Política Corporativa de Seguridad, está destinado únicamente para fines del negocio, cualquier otro uso contraviene las políticas de la organización. Toda la información del negocio contenida en este mensaje es privada y de uso exclusivo de la empresa. Su divulgación, copia y/o adulteración están prohibidas y sólo debe ser conocida por la persona a quien se dirige este mensaje. Si Ud. ha recibido este mensaje por error por favor proceda a eliminarlo y notificar al remitente.

## Tasa de interés promedio del sistema bancario - SBS

Tasas Activas Anuales de las Operaciones en Moneda Extranjera Realizadas en los Últimos 30					
Moneda Nacional	Moneda Extranjera				
Tasa Anual (%)	Continental	Comercio	Crédito	Financiero	BIF
<b>Corporativos</b>	1.95	-	3.48	3.86	5.87
Descuentos	2.93	-	4.13	-	5.87
Préstamos hasta 30 días	1.28	-	2.30	-	-
Préstamos de 31 a 90 días	1.94	-	2.80	5.81	-
Préstamos de 91 a 180 días	2.14	-	2.49	3.24	-
Préstamos de 181 a 360 días	1.89	-	3.89	-	-
Préstamos a más de 360 días	3.85	-	4.81	-	-
<b>Grandes Empresas</b>	4.57	12.00	4.78	6.39	7.14
Descuentos	5.70	-	4.96	5.32	6.99
Préstamos hasta 30 días	3.97	-	6.30	-	5.36
Préstamos de 31 a 90 días	4.39	12.00	3.87	8.42	8.20
Préstamos de 91 a 180 días	3.33	-	3.84	6.90	8.62
Préstamos de 181 a 360 días	3.49	-	2.68	-	-
Préstamos a más de 360 días	5.76	-	6.48	5.93	6.15
<b>Medianas Empresas</b>	7.90	13.67	7.39	7.21	8.09
Descuentos	10.25	9.77	8.96	7.93	8.98
<b>Microempresas</b>	13.50	-	16.63	36.74	12.00
Tarjetas de Crédito	34.38	-	21.77	36.74	-
Descuentos	11.43	-	10.91	-	12.00
Préstamos Revolventes	-	-	-	-	-
Préstamos a cuota fija hasta 30 días	-	-	-	-	-
Préstamos a cuota fija de 31 a 90 días	-	-	-	-	-
Préstamos a cuota fija de 91 a 180 días	-	-	-	-	-
Préstamos a cuota fija de 181 a 360 días	27.80	-	-	-	-
Préstamos a cuota fija a más de 360 días	5.90	-	13.32	-	-
<b>Consumo</b>	36.34	30.44	28.42	28.05	24.63
Tarjetas de Crédito	37.53	31.68	30.34	55.38	30.00
Préstamos Revolventes	-	-	-	-	-
Préstamos no Revolventes para automóviles	11.03	-	9.56	-	9.71
Préstamos no Revolventes para libre disponibilidad hasta 360 días	18.36	19.50	10.60	10.26	13.00

## **BIBLIOGRAFÍA**

BANCO MUNDIAL. (s.f.). Recuperado el 29 de 04 de 2018, de <http://www.bancomundial.org/>

CIA. (2017). Central Intelligence Agency . Obtenido de <https://www.cia.gov/es>

City populations. (2018). City populations Worldwide . Obtenido de <http://population.city/>

COFACE. (2017). Compagnie Française d'Assurance pour le Commerce Extérieur . Obtenido de <http://www.coface.es/Oferta-Comercial/ANALISIS-DE-RIESGO-PAIS>

Countrymeters. (2018). Obtenido de <http://countrymeters.info/es/>

Datosmacro. (2017). Obtenido de <https://www.datosmacro.com/pib>

Doing Business. (2017). Obtenido de <http://espanol.doingbusiness.org/data/exploretopics/starting-a-business>

Fruits Valley. (s.f.). Fruit Valley. Recuperado el 01 de 06 de 2018, de <http://www.fruitsvalley.com/>

Gobierno del Perú . (2018). Tipos de empresa. Obtenido de <https://www.gob.pe/254-tipos-de-empresa-razon-social-o-denominacion>

Idescat. (2018). Instituto de Estadística de Cataluña . Obtenido de <https://www.idescat.cat/?lang=es>

INCOTERMS 2010. (2018). Santander Trade Portal. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/banca/incoterms-2010>

INEI. (2018). Instituto Nacional de Estadística e Informática . Obtenido de <http://webapp.inei.gob.pe:8080/sirtod-series/>

Ley 27360. (s.f.). Obtenido de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/16AC9E56A00F755F05257B7A004B1ED3/\\$FILE/049-2002-AG.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/16AC9E56A00F755F05257B7A004B1ED3/$FILE/049-2002-AG.pdf)

MAC MAP . (2018). Market Access Map . Obtenido de <http://www.macmap.org/>

MAERSK LINE . (s.f.). Recuperado el 24 de 05 de 2018, de <https://www.maerskline.com/>

Rafah Express Eirl. (s.f.). Rafah Express EIRL. Recuperado el 01 de 06 de 2018, de <https://www.uship.com/pe/perfil/rafahexpress/>

RIMAC. (s.f.). RIMAC SEGUROS . Recuperado el 02 de 03 de 2018, de <http://www.rimac.com.pe/empresas-patrimonio-seguro-de-transporte>

SEARATES. (2018). Obtenido de <https://www.searates.com/es/>

SIEA. (2018). Sistema Integrado de Estadística Agraria . Obtenido de <http://siea.minag.gob.pe/siea/>

SIICEX. (2018). Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior . Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/porta15>

SUNAT. (2018). Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administracion Tributaria. Obtenido de <http://emprender.sunat.gob.pe/regimen-mype>

TRADE MAP . (2018). Trade statistics for international business development. Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

TRUPAL. (s.f.). TRUPAL S.A. Recuperado el 28 de 05 de 2018, de  
<http://www.trupal.com.pe/>