



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

**EXPORTACIÓN DE MACETEROS PARA EL MERCADO
DESTINO DE ESTADOS UNIDOS**

**PRESENTADO POR
CARLOS ARTURO CASTAÑEDA PULGAR**

**ASESOR
JOSÉ ENRIQUE LAOS LÓPEZ**

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

LIMA – PERÚ

2019



CC BY

Reconocimiento

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

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



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS
HUMANOS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**EXPORTACIÓN DE MACETEROS PARA EL MERCADO
DESTINO DE ESTADOS UNIDOS**

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

**Presentado por:
Bachiller: Carlos Arturo Castañeda Pulgar**

LIMA- PERÚ

2019

Índice

DEDICATORIA.....	8
RESUMEN EJECUTIVO	9
1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN.....	10
2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	11
2.1. Nombre o razón social.....	11
2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)	12
2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	13
2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha.....	16
2.4.1. Misión	16
2.4.2. Visión.....	16
2.4.3. Valores	16
2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características.	17
2.5.1 Modelo de negocio y propuesta de valor	17
2.6. Estructura Orgánica.....	20
2.7. Cuadro de asignación de personal.....	25
2.8. Forma Jurídica Empresarial.....	25
2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI.....	26
2.10. Requisitos y Trámites Municipales	28
2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades.....	28
3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL.....	36
3.1. Descripción del producto.....	36
3.1.1. Clasificación arancelaria.....	36
3.1.2. Propuesta de valor	38
3.1.3. Ficha técnica comercial	39
3.2. Investigación del Mercado de Objetivo	40
3.2.1. Segmentación de mercado objetivo	40
3.2.2. Tendencias de consumo.....	41
3.3. Análisis de la oferta y la demanda	42
3.3.1. Análisis de la oferta.....	42
3.3.2. Análisis de la demanda.....	43

3.4.	Estrategias de Ventas y Distribución	45
3.4.1.	Estrategias de segmentación	45
3.4.2.	Estrategias de posicionamiento	45
3.4.3.	Estrategias de distribución	46
3.5.	Estrategias de Promoción	46
3.6.	Tamaño de planta. Factores condicionantes.	48
4.	PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL	48
4.1.	Envases, empaques y embalajes.....	48
4.2.	Diseño del rotulado y marcado	50
4.2.1.	Diseño del rotulado	50
4.2.2.	Diseño del marcado	51
4.3.	Unitarización y cubicaje de la carga.....	52
4.4.	Cadena de DFI de exportación/importación	54
4.5.	Seguro de las mercancías	55
5.	PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL	56
5.1.	Fijación de precios.....	56
5.1.1.	Costos y precio.....	56
5.1.2.	Cotización internacional.....	59
5.2.	Contrato de compra venta internacional.....	60
5.3.	Elección y aplicación del Incoterm	70
5.4.	Determinación del medio de pago y cobro	71
5.5.	Elección del régimen de exportación o de importación	73
5.6.	Gestión aduanera del comercio internacional	73
5.7.	Gestión de las operaciones de importación/exportación: Flujo grama ..	74
5.8.	Gestión de las operaciones de producción del bien o servicio a ejecutar: Flujo Grama.....	75
6.	PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	75
6.1.	Inversión Fija	75
6.1.1.	Activos tangibles	75
6.1.2.	Activos intangibles	76
6.2.	Capital de Trabajo.....	76
6.3.	Inversión Total.....	77

6.4.	Estructura de Inversión y Financiamiento.....	78
6.5.	Fuentes financieras y condiciones de crédito	78
6.6.	Presupuesto de costos.....	79
6.7.	Punto de Equilibrio.....	80
6.8.	Tributación de la exportación.....	81
6.9.	Presupuesto de ingresos.....	81
6.10.	Presupuesto de egresos.....	81
6.11.	Flujo de caja proyectado	82
6.12.	Estado de Ganancias y Pérdida	82
6.13.	Evaluación de la Inversión	83
6.13.1.	Evaluación Económica.....	83
6.13.2.	Evaluación Financiera.....	83
6.13.3.	Evaluación social.....	84
6.13.4.	Impacto ambiental	84
6.14.	Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo	85
6.15.	Cuadro de riesgo del tipo de cambio.....	85
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	87
7.1.	Conclusiones.....	87
7.2.	Recomendaciones.....	88

Índice de Tabla

Tabla 1. Actividad Económica Principal (CIIU)	13
Tabla 2. Valoración cuantitativa de locales potenciales.....	14
Tabla 3. Funciones Gerente general.....	21
Tabla 4. Funciones Asistente Comercial.....	22
Tabla 5. Funciones Asistente de logística y Comex	23
Tabla 6. Funciones Asistente de Contabilidad y Finanzas	24
Tabla 7. Cuadro de asignación de personal (Expresado en soles)	25
Tabla 8. Cuadro comparativo de Regímenes de tercera categoría	29
Tabla 9. Cuadro comparativo de Regímenes de tercera categoría	31
Tabla 10. Cuadro comparativo de Regímenes laborales: Micro y Pequeña Empresa	32
Tabla 11. Cuadro comparativo de Modalidades de Contrato	34
Tabla 12. Partida Arancelaria de Maceteros Personalizados (Tierra&Planta).....	37
Tabla 13. Ficha Técnica Maceteros Acrílicos	39
Tabla 14. Principales importadores de la partida 6913 Estatuillas y demás artículos para adorno, de cerámica.	40
Tabla 15. Matriz de selección de Mercados	41
Tabla 16. Porcentaje de Gastos de consumo con relación a Gastos totales.....	42
Tabla 17. Principales exportadores en el Mundo de Estatuillas y demás Artículos para adorno, de cerámica.	43
Tabla 18. Principales Importadores 0603 de Flores y capullos cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados.....	44
Tabla 19. Tabla de Costo y Precio	57
Tabla 20. Tabla Costo Unitario y Precio Unitario	58
Tabla 21. Aspectos de la compra venta internacional.....	68
Tabla 22. Activos Tangibles	75
Tabla 23. Activos intangibles	76
Tabla 24. Capital de trabajo.....	76
Tabla 25. Inversión Total	78
Tabla 26. Estructura de Financiamiento.....	78
Tabla 27. Estructura de Financiamiento por el Banco Pichincha	78
Tabla 28. Presupuesto de Costos	80
Tabla 29. Punto de Equilibrio	80

Tabla 30. Presupuesto de Ingresos	81
Tabla 31. Presupuesto de Egresos	81
Tabla 32 Flujo de Caja Proyectado	82
Tabla 33. Estado de Ganancias y Pérdidas	83
Tabla 34. Evaluación Financiera	83
Tabla 35. Evaluación de Oportunidad de Capital COK	85
Tabla 36. Evaluación de Oportunidad del WACC	85
Tabla 37. Cuadro de Riesgo del Tipo de cambio	86

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Pasos para la inscripción de la empresa	12
Gráfico 2 . Ubicación geográfica de la empresa	15
Gráfico 3. Modelo de negocio de la empresa Tierra&Planta SAC	19
Gráfico 4. Estructura Orgánica de la empresa Tierra&Planta S.A.C	20
Gráfico 5. Presentación del logo y marca Tierra&Planta SAC	27
Gráfico 6. Posicionamiento de los maceteros de Tierra& Planta SAC	46
Gráfico 7. Caja Ranurada con Divisores	49
Gráfico 8. Burbupack	50
Gráfico 9. Unitarización de la Carga.....	53
Gráfico 10. Proceso Logístico Local.....	55
Gráfico 11. Precio de Macetero Acrilico en mercado destino	58
Gráfico 12. Cotización Internacional	59
Gráfico 13. Flujograma de medio de pago	72
Gráfico 14. Proceso de exportación de despacho aduanero.....	73
Gráfico 15. Flujograma de exportación.....	74
Gráfico 16 . Flujograma de Operaciones de producción	75

DEDICATORIA

Quiero agradecer a Dios que está presente en todas nuestras acciones guiándonos;
a mis padres: Carlos Castañeda y Pilar Pulgar que son el motor de mi vida y este
logro es para ellos; a mi abuelo Miguel Castañeda que en paz descanse.

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa Tierra&Planta del rubro artesanía, se dedica a la exportación de maceteros personalizados para el mercado de Estados Unidos, si bien es cierto es un mercado nuevo al que vamos abarcar, tenemos la oportunidad de encontrar un nicho de mercado. Se ha investigado la importancia para los norte americano compran plantas ornamentales para cualquier ocasión, quiere decir que los maceteros son el complemento adecuado para acompañarlos. Se contará con modelos innovadores y de gran calidad por los artesanos de nuestro país.

Se trabajará con 3 artesanos que nos darán el producto terminado, para esto el diseño de la maceta se trabajará con un diseñador gráfico y este pasará la plantilla y se adecuará al molde del artesano para obtener los diseños que vamos a exportar al mercado estadounidense.

Se participará en Ferias Internacionales, tales como Word floral Expo y Society of American Florist, dos de las ferias más importantes donde participan minoristas, mayoristas y grandes cadenas de supermercado, esto nos permitirá darnos a conocer y poder competir con otras marcas que se encuentran en el mercado.

Por ultimo buscaremos posicionarnos con nuestra marca en las cadenas de mercado con TJ MAX introduciendo un precio por debajo del mercado, de esta manera se busca es un proveedor constante y brindar modelos nuevos e innovadores.

1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

MODELO DE NEGOCIO DE EXPORTACIÓN DE MACETEROS PARA EL MERCADO DESTINO DE ESTADOS UNIDOS					
Socios Estratégicos	Actividades claves		Propuesta de valor	Relación de clientes	Segmentación de Clientes
ARTESANOS Y DISEÑADORES GRAFICOS	Venta Internacional Distribución Física Internacional		Producto Innovador a base de nuevos diseños, como series, películas, etc. Calidad del material del macetero, hechos por los mejores artesanos del Perú. Son Maceteros de Cerámica con larga durabilidad.	Redes sociales para consultas Servicios post venta (preguntas frecuentes)	Mujeres de 25 - 45 años de edad del Estado de Florida - Estados Unidos que buscan complementar su planta ornamental con un macetero.
	Recursos de la empresa			Canales de comunicación	
	Almacén para la distribución de las macetas	Administrador de Negocios Internacionales Diseñador		Página Web de la Empresa	
	Financiamiento del Banco Pichincha			Correo corporativo para consultas o posibles reclamos	
ESTRUCTURA DE COSTOS			FUENTE DE INGRESOS		
La preparación del molde para las macetas. El precio unitario de cada maceta es de s/.5 y puede ser variable según la cantidad se pida.			Venta de producto final que son las macetas personalizadas que están hechas de cerámica.		

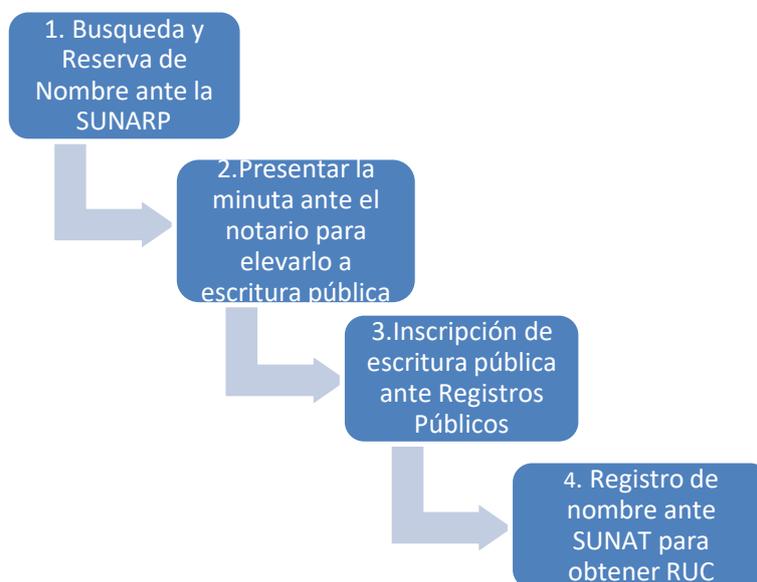
2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. Nombre o razón social

El nombre o razón social para el presente plan de negocio es Tierra&Planta S.A.C, ya que la empresa exportara maceteros con diseños, el nombre de la empresa es corta y sencilla para los consumidores y que se les sea fácil recordar.

Para poder registrar el nombre de la empresa, como primer paso nos acercaremos a recibir asesoría de parte del Ministerio de la Producción (Produce). Se procederá con la búsqueda y reserva de nombre ante SUNARP (Superintendencia Nacional de registros Públicos), para luego proceder a elaborar y de ahí presentarlo al notario para inscribirlo ante los Registros Públicos y finalmente es registrado ante la SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria) para obtener el RUC de la empresa.

Gráfico 1. Pasos para la inscripción de la empresa



FUENTE: Elaboración propia

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme de actividades económicas (CIU), consiste en la clasificación internacional de la forma sistemática de todas las actividades productivas de cada país; tiene la finalidad de establecer una codificación a nivel mundial.

Es utilizada para poder conocer los diversos niveles de desarrollo: normalización, políticas económicas e industriales, requerimientos, entre otros. Cada país cuenta con una clasificación propia, para el Perú el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) mediante la Resolución Jefatura N° 024-2010-INEI oficializo la cuarta revisión de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de las actividades económicas de nuestro país llamada CIIU Revisión 4.

Es por ello que de acuerdo al sistema de Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU), el código de la actividad económica de TIERRA&PLANTA SAC corresponde a Otras actividades de venta por menor en comercios no especializados ubicada en la Clase 4719, que se encuentra dentro del grupo de 471, venta al por menor en comercios no especializados y a su vez está dentro de la división de Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y N 1 motocicletas.

Tabla 1 Actividad Económica Principal (CIIU)

UBICACIÓN	DESCRIPCIÓN CIIU
Sección XIII	Manufacturas de piedra, Yeso Fraguable, Cemento, Amianto(asbesto), mica o materias analogas; productos ceramicos; vidrio y manufacturas de vidrio
División 69	Productos Cerámicos
Grupo 6913	Estatuillas y demás artículos para adorno, de cerámica.
Clase 691390	Las demás manufacturas de cerámica

Fuente: Elaboración Propia en base a INEI- Dirección Nacional de Cuentas Nacionales

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

La ubicación geográfica donde se desarrollará el presente plan de negocios cumple la principal función de ahorro en los costos y la accesibilidad de vías para que la mercadería llegue sin dificultad.

Tabla 2. Valoración cuantitativa de locales potenciales

FACTORES	CALIFICACIÓN		
	CALLAO	SAN MIGUEL	MIRAFLORES
Acceso vía rápida	4	3	3
Proximidad a Puerto y Aeropuerto	5	4	3
Costo de Alquiler de Local x m2	4	4	5
Seguridad	3	3	5
Accesibilidad para obtención de licencia	3	3	3
Proximidad a proveedores de tercerización	3	3	4
TOTAL	3.7	3.3	3.8

**CALIFICACION:
1(MUY MALO) - 5 (MUY BUENO)**

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con la tabla N 2 se puede observar que el distrito con mayor ponderación en base a todos los factores para la ubicación del desarrollo de la empresa, fue el distrito de Miraflores, ya que es propio y se ahorraría un gran costo de alquiler.

UBICACIÓN:

- **DEPARTAMENTO:** LIMA
- **DISTRITO:** MIRAFLORES
- **DIRECCIÓN:** CALLE PORTA 425 , MIRAFLORES

Gráfico 2 . Ubicación geográfica de la empresa



Fuente: Elaboración Propia en base a Google Maps

Factibilidad Sectorial

La municipalidad de Miraflores menciona que los requisitos básicos para una microempresa puedan desarrollarse. Estas cuentan con zonificaciones y son:

- Residenciales
- Comerciales
- Industriales

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

2.4.1. Misión

- Ser una empresa líder de importación de macetas por la alta calidad y diseño

2.4.2. Visión

- Ser el líder para el año 2021 en distribución de Maceteros en el mercado de Estados Unidos.

2.4.3. Valores

La empresa contara con valores como:

- **Honestidad:** Se cumplirá con todo los ítems de la negociación con el cliente, ofreciendo lo que se pueda cumplir.
- **Compromiso:** Estamos en la obligación de cumplir con todas las pautas de cada proceso, para brindar un servicio completo, teniendo como ventaja competitiva el compromiso de cada uno de nuestros colaboradores para brindar un producto de calidad.

Principios

- **Eficiencia:** Se realizará el uso correcto de los recursos tales como materiales y humanos de la empresa, las funciones se repartirán equitativamente para obtener resultados exitosos.
- **Innovación:** Se buscará ofrecer un producto con una presentación innovadora que pueda ser atractivo para el mercado que nos dirigimos.

- **Proactividad:** Estaremos a la vanguardia de cada tendencia que se lance, que nos permitirá estar preparados para cualquier problema interno o externo de la empresa.

2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características.

Se comenzará con operaciones como una Microempresa, ya que se estima una venta total anual promedio de 200,000.

La empresa contará con 04 colaboradores en planilla, por eso se acogerá a una Microempresa, debido a que su volumen de venta es inferior a los 150 UIT. (SUNAT, Micro y pequeña empresa, 2018)

Gracias a ello, al ser una Microempresa, podemos acogernos a todos los beneficios que el Estado otorga a las MYPES con el objetivo de incrementar la inversión privada.

2.5.1 Modelo de negocio y propuesta de valor

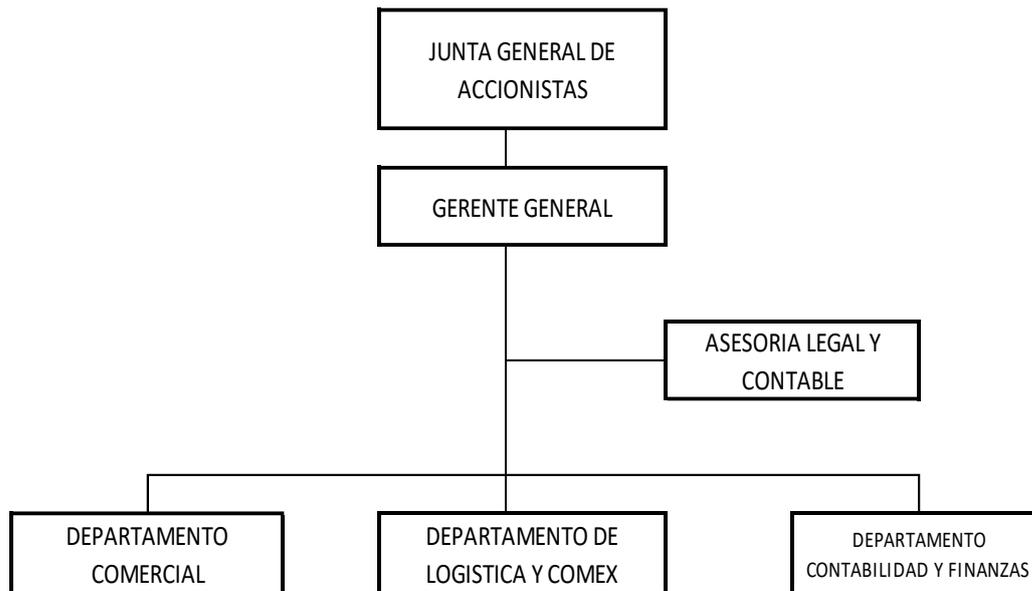
Para determinar el modelo de negocio se utilizó la herramienta Business Model Canvas en donde se plasma el desarrollo y propuesta de valor.

Gráfico 3. Modelo de negocio de la empresa Tierra&Planta SAC

MODELO DE NEGOCIO CANVAS: EXPORTACIÓN DE MACETEROS PARA EL MERCADO DE EE.UU.				
SOCIOS ESTRATEGICOS * Asociación de exportadores * Artesanos * PROMPERU *Entidades Bancarias * Diseñadores Graficos	ACTIVIDADES CLAVE * Diseño para nuevo modelo maceta * Preparar molde para la fabricación de la maceta * Elaboración de la maceta, pintado y brillo *Envase y embalaje de producto * transporte del producto * Comercialización	PROPUESTA DE VALOR * Ofrecer al mercado maceteros de buena calidad. * Diseños Innovadores * Artesanos Especializados	RELACIONES CON LOS CLIENTES Captar Clientes: * Asesore Comerciales * Posventa, Crear página web , Eventos	SEGMENTOS DE CLIENTES * Empresas de importadoras de plantas ornamentales
	RECURSOS CLAVES * Especialistas en logistica Int. * Especialistas en comercialización		CANALES DE DISTRIBUCIÓN * Ferias Internacionales * Plataforma Web * Agente comercial	
ESTRUCTURA DE COSTOS *Remuneraciones a personal operativo como a los profesionales de la empresa. * Inversión en el diseño de macetas y elaboración de estas mismas por los artesanos. *Costos en transporte para movilizar la mercadería. * Costos de tercerización de envase y embalaje. *Equipamiento de almacén de productos finales. * Costos en certificaciones. *Costos de logistica Internacional.			FUENTES DE INGRESO * Ventas por menor a tiendas (modelo especifico) * Venta por contenedores : para abastecer a mall	

2.6. Estructura Orgánica

Gráfico 4. Estructura Orgánica de la empresa Tierra&Planta S.A.C



Fuente: Elaboración Propia

Descripción de Funciones:

Tabla 3. Funciones Gerente general

Nombre del Cargo:	Gerente General
Área:	Gerencia General
Reporta a:	Junta General de Accionistas
Supervisa a:	Departamento de Comercial, Logística, Comex, Contabilidad y Finanzas
Funciones Principales:	<ul style="list-style-type: none">- Liderar toda la gestión empresarial- Proporcionar una correcta dirección a la empresa.- Realizar análisis del desempeño de cada departamento.- Presentar al Directorio estados generales e información de las diferentes áreas de la empresa- Evaluar el entorno interno y externo de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Funciones Asistente Comercial

Nombre del Cargo:	Asistente Comercial
Área :	Comercial
Reporta a:	Gerente General
Supervisa a:	-----
Funciones Principales:	<ul style="list-style-type: none">- Elaborar una base de datos de los clientes potenciales en el mercado de destino - Preparar diseños para enviarlos al artesano y preparar nuevos moldes. - Coordinar reuniones con potenciales clientes según la base de datos. - Preparar campañas para lograr alianzas comerciales con los mall del país de destino. - Soporte de fidelización de clientes.

Tabla 5. Funciones Asistente de logística y Comex

Nombre del Cargo:	Asistente de Logística
Área:	Logística y Comercio Exterior
Reporta a:	Gerente General
Supervisa a:	-----
Funciones Principales:	<ul style="list-style-type: none"> - Control del Caja chica (Fondo fijo) - - Procesar y recibir solicitudes de compras de los requerimientos de proveedores internacionales. - - Revisión y actualización de archivos físicos y de base de datos, en cuanto a facturas emitidas y anuladas, ordenándolas según fecha y por tipo de transacción. - Elaborar las órdenes de compras y servicios previa aprobación de responsables. - Supervisar todo el proceso de la exportación al mercado de destino

Tabla 6. Funciones Asistente de Contabilidad y Finanzas

Nombre del Cargo:	Asistente de Contabilidad y Finanzas
Área:	Contabilidad y Finanzas
Reporta a:	Gerente General
Supervisa a:	-----
Funciones Principales:	<ul style="list-style-type: none">- Realizar libros contables en el sistema.- Presentar estados financieros a la gerencia general marmatania- Presentar reportes al área contable.- Tramitar y presentar documentación en entidades financieras

2.7. Cuadro de asignación de personal.

La empresa Tierra&Planta SAC contará 3 personas que conformarán el recurso humano de la empresa y el contador se encontrará por recibos por honorarios, en tanto la planilla de la empresa tendrá un gasto anual de S/. 48,840.00

Tabla 7. Cuadro de asignación de personal (Expresado en soles)

Empleado	Sueldo mes	Sueldo anual	Vacaciones	Asignación familiar	Gratificación	CTS	TOTAL
Gerente General	S/. 1,200.00	S/. 14,400.00	S/. 600.00	S/. 0.00	S/. 1,200.00	S/. 600.00	S/. 16,800.00
Asistente Operaciones Comerciales	S/. 930.00	S/. 11,160.00	S/. 465.00	S/. 0.00	S/. 930.00	S/. 465.00	S/. 13,020.00
Asistente de marketing y Diseño	S/. 930.00	S/. 11,160.00	S/. 465.00	S/. 0.00	S/. 930.00	S/. 465.00	S/. 13,020.00
Contador	S/. 500.00	S/. 6,000.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 6,000.00
Total	S/. 3,560.00	S/. 42,720.00	S/. 1,530.00	S/. 0.00	S/. 3,060.00	S/. 1,530.00	S/. 48,840.00

2.8. Forma Jurídica Empresarial

La forma jurídica empresarial, recurre a la Ley General de sociedades, es por ello que las sociedades son aquellos que convienen a aportar acciones para ejercicio en común en relación a actividades económicas y en cuanto a la aplicación de la ley sociedades deben estar sujetas al régimen que la ley demande.

2.9.Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

Para el presente plan de negocio el nombre de la marca será Tierra&Planta, se eligió ese nombre porque muy práctico y fácil de recordar. Se busca fidelizar a nuestros clientes en base a la calidad de nuestras macetas y lograr que nuestra marca sea sólida para poder expandirnos en el mercado norteamericano.

Se tienen los siguientes requisitos para poder solicitar el registro de marco del presente producto. INDECOPI nos indica que requiera los siguientes pasos:

1. Buscar antecedentes para investigar si es que se ha registrado el presente producto. Para ello necesitamos 02 tipos de búsqueda.
 - Búsqueda Fonética
 - Búsqueda Figurativa

Luego de la búsqueda se procede a presentar la solicitud de registro de marca para nuestro producto.

2. Completar el formato de solicitud y presentar 03 ejemplares de los mismos.

- Consignar el número de Documento Nacional de Identidad (DNI) o Carné de Extranjería (CE) dependiendo de las condiciones del solicitante.
- En el caso de personas jurídicas consignar número de RUC.
- En el caso de tener un representante, es obligatorio presentar el documento poder y presentar sus datos como su documento de identificación,
- Señalar domicilio para notificaciones.
- Adjuntar el signo con el que se pretende registrar la marca.
- Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
- Adjuntar a la solicitud la constancia de pago del derecho de trámite.

Gráfico 5. Presentación del logo y marca Tierra&Planta SAC



2.10. Requisitos y Trámites Municipales

Los trámites documentarios necesarios para la formalización y constitución de la empresa se detallaran a continuación:

- Presentar una solicitud con carácter de declaración jurada que incluya número de RUC, DNI o carne de extranjería.
- Vigencia de poder del representante legal o carta poder con firma legalizada.
- Declaración jurada de observancia de condiciones de seguridad o inspección técnica de seguridad en defensa civil o multidisciplinaria, según corresponda al tamaño del local y giro del negocio.

2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades

Para el desarrollo de tus actividades comerciales se debe inscribir al RUC (Registro Único de Contribuyente) como una persona jurídica (empresa).

Para poder registrar la empresa en la SUNAT y así obtener el número de RUC, se debe presentar lo siguiente:

- Documento de identidad (DNI) del representante Legal de la empresa
- Ficha de Registros Públicos

- Recibos de servicio públicos
- Estados de cuenta
- Ficha RUC con los datos actualizados de la empresa

(SUNAT, 2019)

La empresa TIERRA&PLANTA SAC, procederá acogerse al Régimen Especial de Impuesto a la Renta, debido a que se realizó un comparativo con las más cercanas según la descripción de la empresa.

Tabla 8. Cuadro comparativo de Regímenes de tercera categoría

Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER)	Régimen General de impuesto a la renta
<ul style="list-style-type: none"> - Personas Jurídicas o Naturales - Actividades comprendidas: extractivas, industriales, comercio, servicios y agropecuarias. - Valor de los activos fijos (excepto vehículos y predios) no superen los 126,000 - Ingresos inferiores a 525,000.00 nuevos soles. - Impuesto a pagar 1,5% de los ingresos netos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Personas naturales y jurídicas - Toda actividad de negocio comprendido entre compra, venta y producción. - La renta está constituida por ingresos afectos al impuesto.

Fuente: SUNAT, elaboración propia

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).

La Planilla Mensual de Pagos cuenta con dos partes:

- T- REGISTRO- Esto es referente al llenado en el sistema calve sol, que cuenta con la información y datos generales de los trabajadores, practicantes, presentadores de servicios y empleadores, el PLAME se elabora específicamente del T- REGISTRO.
- PLAME- Es el programa en el que se registra todos los datos sobre los ingresos de los colaboradores registrados previamente, que se enviara a SUNAT posteriormente como una declaración.

Categorías:

- ✓ Empleador
- ✓ Trabajador
- ✓ Pensionistas
- ✓ Personal en formación modalidad formativa laboral y otros
- ✓ Personal de terceros

Tabla 9. Cuadro comparativo de Regímenes de tercera categoría

PLANILLA ELECTRÓNICA	DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN
T- REGISTRO	Registro de la información	Es el registro de información laboral de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación
PLAME	Planilla Mensual de Pagos	Comprende información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y derechohabientes

Fuente: Elaboración Propia

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral

El régimen laboral especial y general laboral, tiene como principio la Ley N°28015, ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa. A continuación detallaremos las principales diferencias entre régimen laboral de Micro empresa y Pequeña empresa:

Tabla 10. Cuadro comparativo de Regímenes laborales: Micro y Pequeña Empresa

MICRO EMPRESA (ESPECIAL)	PEQUEÑA EMPRESA (GENERAL)
<ul style="list-style-type: none"> - Remuneración Mínima Vital (RMV) - Jornada de trabajo de 8 horas. - Descanso semanal y en días feriados. - Remuneración por trabajo en sobretiempo. - Descanso vacacional de 15 días calendarios. - Remuneración por trabajo en sobretiempo. - Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD) - Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración) 	<ul style="list-style-type: none"> - Remuneración Mínima Vital (RMV) - Jornada de trabajo de 8 horas - Descanso semanal y en días feriados - Remuneración por trabajo en sobretiempo - Descanso vacacional de 15 días calendarios - Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD - Cobertura Previsional - Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)

	<ul style="list-style-type: none"> - Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR) - Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad) - Derecho a participar en las utilidades de la empresa - Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración. - Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.
--	---

Fuente: Sunat

2.14. Modalidades de Contratos Laborales

El contrato laboral es un acuerdo entre colaborador y empleador, este consiste en que una de las partes (colaborador) presta servicios profesionales bajo una remuneración a la otra (empleador), para el presente el colaborador gozara de beneficios como responsabilidad (Según Artículo 4° del Decreto Supremo N° 003-97). (Ministerio de trabajo, 1998)

Tabla 11. Cuadro comparativo de Modalidades de Contrato

<p style="text-align: center;">CONTRATOS DE NATURALEZA TEMPORAL (Artículo 57°, 58° y 59° del Decreto Supremo N° 003-97-TR)</p>	<p style="text-align: center;">CONTRATOS DE NATURALEZA ACCIDENTAL (Artículo 60°, 61° y 62° del Decreto Supremo N° 003-97-TR.)</p>	<p style="text-align: center;">CONTRATOS PARA OBRA Y SERVICIOS (Artículos del 63° al 71° del Decreto Supremo N° 003-97-TR.)</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Contrato por Inicio o Lanzamiento de una Nueva Actividad.- Estos contratos se dan por inicio o incremento de actividades productivas de la empresa. - Contrato por Necesidades del Mercado.- En este tipo de contrato se busca atender los incrementos coyunturales de la producción, originados por variaciones sustanciales de la demanda en el mercado - Contrato por reconversión empresarial.- Este tipo de contrato es utilizado para los casos de sustitución, modificación y ampliación de las actividades desarrolladas en la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> - Contrato de suplencia.- Este tipo de contrato se utiliza para sustituir temporalmente a un trabajador estable de la empresa. - Contrato ocasional.- Se utiliza para atender necesidades transitorias de la empresa, diferentes de la actividad habitual del centro de trabajo. Su duración máxima es de seis meses al año. - Contrato de Emergencia.- Este se celebra para cubrir las necesidades derivadas de un caso fortuito o fuerza mayor, coincidiendo su duración con la de la emergencia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Contrato para Obra Determinada o Servicio Específico.- Son aquellos que tienen un objeto previamente establecido, y una duración determinada - Contrato Intermitente.- Se celebra para cubrir las necesidades de las actividades de la empresa que por su naturaleza son permanentes, pero discontinuas. - Contrato de Temporada.- Se celebra para atender necesidades propias del giro de la empresa o establecimiento, que se cumplen sólo en determinadas épocas del año y que están sujetas a repetirse en periodos equivalentes.

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción y empleo

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

- Acto constitutivo.- Este documento acredita con constitución de la empresa bajo una sociedad, se menciona la razón social, monto del capital social, datos de los accionistas y manifestación de voluntad.
- Contrato Individual de Trabajo.- Este contrato será exclusivo entre la empresa y los colaboradores, estableciéndose funciones y responsabilidades laborales.
- Contrato de Compra.- Este contrato se desarrollara entre el comprador internacional y la empresa, y tendrá como objetivo la venta de los Maceteros delimitándose bajo las condiciones y responsabilidades de ambas partes.
- Contrato de prestación de servicios.- Este tipo de contratos serán desarrollados para servicios como asesoría legal y contable, ya que son convenientes por ser eventuales.

3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1. Descripción del producto

El producto a exportar son maceteros de diversos diseños, que son hechos por los mejores artesanos del Perú, cabe resaltar que nuestros maceteros tendrán diseños exclusivos, trabajados por nuestro diseñador gráfico.

El producto a exportar tiene como Tierra&Planta, son maceteros acrílicos que tienen diferentes modelos, su presentación dependerá del modelo y tamaño del macetero.

3.1.1. Clasificación arancelaria

La clasificación de la partida arancelaria son los códigos en forma de números utilizados para que se pueda identificar el producto en el país que se va a exportar y de esa manera clasificar el producto en la aduana. La importancia de esta radica en que se podrá conocer exactamente el tipo de impuesto que se coloca al producto, de acuerdo a su denominación y tipo, tanto en el país de origen como en el país de destino.

Las codificaciones del arancel de aduanas tienen por finalidad designar estos códigos aduaneros para utilizarlos en las operaciones de importación o de exportación, en nuestro país es administrada por la Superintendencia Nacional de Administraciones tributaria y aduanas del Perú (SUNAT, Partida Arancelaria, 2018).

Tabla 12. Partida Arancelaria de Maceteros Personalizados (Tierra&Planta)

SECCIÓN	XIII	MANUFACTURAS DE PIEDRA, YESO FRAGUABLE, CEMENTO, AMIANTO (ASBESTO), MICA O MATERIAS ANALOGAS; PRODUCTOS CERAMICOS; VIDRIO Y MANUFACTURAS DE VIDRIO
CAPITULO	69	PRODUCTOS CERÁMICOS
Partida del sistema armonizado	69.13	Estatuillas y demás artículos de adorno, de cerámica.
Subpartida del sistema armonizado(HS CODE)	6913.10.90.00	Los demás

Fuente: Sunat, Arancel, Elaboración Propia

3.1.2. Propuesta de valor

La propuesta de valor de Tierra&Planta consiste en ofrecer al comprador un producto innovador y con diseños exclusivos, que permitan decorar tu espacio. También hay que recalcar que se trabajará con los mejores artesanos de nuestro país.

Este producto cuenta con características novedosas, porque tiene modelos nuevos y diversos para todo los gustos. Lo más importante es que entraremos al mercado un un precio por debajo de la competencia, de esta manera competiremos no solo en el tipo de diseño y calidad, sino que también en el precio.

Nos diferenciamos de los otros competidores, por tener modelos de personajes, películas, animales, etc... eso ayuda a que nuestros clientes potenciales una nueva opción de maceta más innovadora, calidad y sobretodo con un precio acorde al mercado.

En conclusión, sabemos que nuestro producto podrá competir con las diferentes marcas y tendremos una buena aceptación al mercado que nos dirigimos, ya que hemos investigado el mercado y sabemos que los norteamericanos dan una gran importancia a la compra de plantas/ flores y sus derivados como por ejemplo nuestras macetas.



3.1.3. Ficha técnica comercial

Tabla 13. Ficha Técnica Maceteros Acrílicos

FICHA TÉCNICA	
Nombre del Producto	Maceteros Acrílicos
Nombre en Inglés	Acrylic Flower Pot
Partida Arancelaria	69.13.10.90 Productos Cerámicos
Zonas de producción	Lima
Descripción física del producto	Maceta de material Acrílico
	Diversos tamaños ,colores
Otras características del producto	Tener un cuidado en el desplazamiento del macetero, porque son frágiles.
	Puede encontrarse en cualquier almacén, ya que el producto no necesita un cuidado especial.

3.2. Investigación del Mercado de Objetivo

3.2.1. Segmentación de mercado objetivo

El presente producto requiere de análisis para la segmentación del mercado objetivo y es necesario analizar el comportamiento de los principales importadores en el mundo, tenemos que el Perú es el noveno exportador del mundo

Tabla 14. Principales importadores de la partida 6913 Estatuillas y demás artículos para adorno, de cerámica.

Importadores	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018
Mundo	1529629	1447240	1393888	1411977	1637874
Estados Unidos de América	430051	445524	409811	441253	508408
Alemania	126560	115647	114781	124919	128841
Países Bajos	82814	83872	87305	84469	93609
Francia	65790	59377	65183	71494	76169
Reino Unido	66306	67019	61738	59642	71926
Italia	67289	57246	48103	51245	61171

Fuente: TradeMap

El crecimiento de los últimos dos años en la importación de adornos de cerámica ha crecido considerablemente en los Estados Unidos y los países de Europa, es por eso que consideramos como mercado potencial al país Norteamericano. Estos datos nos permiten analizar cuáles son los países que mayor importan estos productos y nos ayuda a obtener datos más precisos para la elección de nuestro mercado.

En el siguiente cuadro se podrá visualizar los campos más importantes que vienen a ser factores decisivos para la decisión del mercado de destino.

Tabla 15. Matriz de selección de Mercados

CRITERIOS	ESTADOS UNIDOS	ALEMANIA	PAISES BAJOS	FRANCIA	REINO UNIDO	ITALIA
Crecimiento Poblacional (2017)	0,8%	0.5%	0.60%	0.4%	0.3%	0.2%
PBI per cápita (2017)	\$59,800.00	\$44,469.91	\$50,800.00	\$38,476.66	\$39,720.44	\$31,952.98
Tasa de desempleo (2017)	4.4%	3.1%	3.4%	8.7%	3.8%	9.7%
Tasa de Inflación (2017)	2.1%	1.7%	2.4%	2.2%	2.94%	1.4%

Fuente: Word Factbook, Elaboración propia

3.2.2. Tendencias de consumo

Las tendencias de consumo por según estadísticas de Estados Unidos, que el consumidor Estadounidense se encuentra en una economía estable y le permitirá adquirir el producto.

El ingreso anual del Estadounidense promedio, le permite tener poder adquisitivo, esto ayudará a que nuestro producto pueda ser adquirido por ellos.

La información que se recaudó sobre la importación de los adornos de cerámicas y sumado a que es un país que importa plantas ornamentales, nuestros maceteros tendrán una buena participación en el mercado.

Tabla 16. Porcentaje de Gastos de consumo con relación a Gastos totales

Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales	2016
Salud	20,6%
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	18,7%
Transporte	10,3%
Ocio, cultura y decoración	9,3%
Alimentos y bebidas no alcohólicas	6,7%
Hoteles, cafés y restaurantes	6,4%
Muebles, electrodomésticos y mantenimiento del hogar	4,1%
Ropa y calzado	3,5%
Educación	2,4%
Comunicación	2,4%
Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos	2,0%

Fuente: Santader Trade.

Se puede observar que el porcentaje de gastos del norteamericano promedio es de un 9,3 % en el gasto de ocio, cultura y decoración, es decir que tiene una participación importante en la vida del Estadounidense, es por ello que buscaremos ingresar con nuevas tendencias y modelos de maceteros acrílicos que nos permitirán, ya competir con los que están posicionados en los mall.

3.3. Análisis de la oferta y la demanda

3.3.1. Análisis de la oferta

Los principales exportadores de Estatuillas y demás artículos para adorno, de cerámica, se puede observar que es China en un 66%, seguido de Alemania con un 5, 7% en exportaciones y tenemos en tercer lugar a Vietnam con una participación de 5,6%. Cabe resaltar que Perú no se encuentra entre uno de los países más exportadores de este producto, pero si mantiene una participación constante todos los años.

Tabla 17. Principales exportadores en el Mundo de Estatuillas y demás Artículos para adorno, de cerámica.

Exportadores	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018
China	1.959.652	2.248.253	1.501.677	1.427.077	1.605.945
Alemania	121.108	110.364	115.047	116.167	138.377
Viet Nam	51.748	51.637	50.94	56.97	136.31
Países Bajos	54.812	61.485	63.527	77.847	85.746
Portugal	56.654	48.774	52.033	52.501	62.732
Perú	4.725	3.866	2.986	3.494	3.381

Fuente: Trade Map, Elaboración Propia

Es importante saber que tenemos un competidor muy importante como es china que abarca gran parte del mercado en las exportaciones de cerámica. Es por eso que debemos diferenciarnos ofreciendo un producto innovador y de calidad como son nuestros maceteros de cerámicas, porque contamos con buenos artesanos que darán un valor agregado a nuestro producto.

3.3.2. Análisis de la demanda

En el punto de segmentación de mercado se determinó que el país escogido como mercado de destino es Estados Unidos, porque este fue calificado como viable debido a todas las características y las tendencias que posee el mercado norteamericano.

Tenemos claro que el público al que nos estamos dirigiendo, es un público exigente y que debemos cumplir con todos los estándares que nos permitan competir con las marcas que ya se encuentran en el mercado.

Es por eso que se ha analizado las importaciones de las plantas ornamentales de Estados Unidos, porque es el complemento para nuestros maceteros de cerámica.

Tabla 18. Principales Importadores 0603 de Flores y capullos cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados.

Importadores	Valor importado en 2018 (miles de USD)
Estados Unidos	1529469
Alemania	1247845
Reino Unido	1056641
Países Bajos	995181
Francia	408222
Rusia	367940
Japón	364551

Fuente: TradeMap, Elaboración propia

Del siguiente cuadro podemos analizar que Estados Unidos es el principal importador de Plantas Ornamentales, esto beneficia considerablemente a la exportación de los maceteros acrílicos, ya que nuestro mercado potencial es el primer importador de plantas. Por ello podremos abarcar la demanda, ya que contaremos con una gran cantidad de stock que nos permitirá estar a la par con la competencia.

3.4. Estrategias de Ventas y Distribución

3.4.1. Estrategias de segmentación

Según la tabla N 18 analizamos que los gastos de los norteamericanos en lo que es tema de cultura, ocio y decoración tienen un gasto de 9.3 %, esto quiere decir que tendremos opción de dirigirnos al segmento A, B Y C, porque nuestros precios no serán tan elevados.

Estados Unidos cuenta con 304 059 724 millones de habitantes, pero nosotros nos dirigiremos al estado:

- Florida – 18 801 301 millones de habitantes

En esos dos últimos estados se han realizado las últimas ferias internacionales Word Floral Expo, en esta feria se reúnen minoristas, mayoristas, productores, diseñadores y proveedores de artículos relacionados a la industria.

Es por ello que se comenzará por ese estado para llegar mejor a nuestro público, que son las personas de 25 a 40 años, hombre y mujer.

Que viene a ser alrededor de 5 765 301 millones de habitantes.

3.4.2. Estrategias de posicionamiento

La estrategia de posicionamiento de toda empresa es lograr que sus marcas sean reconocidas en el mercado destino al que se está dirigido, se busca que la marca se mantenga durante el tiempo y que el consumidor final se sienta identificado con la marca.

La empresa Tierra&Planta está ofreciendo un producto de mejor calidad y diseños novedosos, que ayudará a generar un gran impacto al cliente, esto ayudara a generar una confianza al cliente y fidelizar al cliente con precios acorde al mercado que permitirá competir con las demás.

Gráfico 6. Posicionamiento de los maceteros de Tierra& Planta SAC



Fuente: Elaboración Propia

3.4.3. Estrategias de distribución

Se tiene como objetivo ingresar a las cadenas de supermercados, porque actualmente los mayoristas y minoristas han disminuido sus ventas, ya que las cadenas de supermercados tienen un mayor poder de compra y negociación directa con los productores, es por eso la gran importancia de participar en las ferias internacionales que nos ayudará a tener aliados estratégicos para la venta y distribución de nuestros maceteros acrílicos.

3.5. Estrategias de Promoción

Se buscará ingresar a las ferias internacionales más importantes, que nos permitirán dar a conocer nuestros productos para ingresar a las cadenas de supermercados.

En estas ferias internacionales participan minoristas, mayoristas, productores, diseñadores y proveedores de artículos relacionados con la industria.

Cabe resaltar que las flores son un regalo tradicional en la cultura del estadounidense y su demanda es todo el año, es por eso que nuestros maceteros acrílicos tendrán una buena participación, ofreciendo un producto de calidad.

Las ferias internacionales en la que Tierra&Planta SAC tendrá participación son las siguientes:

- **Word Floral Expo:** Esta feria que se realiza todos los años tiene una gran acogida debido a que varias cadenas de supermercados van y buscan nuevos proveedores, además de la prensa, revistas y medios que nos ayudaran a dar a conocer nuestro producto, se podrán conseguir alianzas estratégicas que nos permitirán tener participación en el mercado.



- **Society of American Florist :** Busca incrementar el crecimiento de la industria de flores estadounidense, los recursos empresariales que utilizan son, descuentos comerciales, materiales de marketing, herramientas para obtener publicidad local, etc...



3.6. Tamaño de planta. Factores condicionantes.

Con respecto a la producción de los Maceteros Acrílicos, se darán por medio de tercerización (artesanos), ya que ellos cuentan con una planta propia para la producción de diversos maceteros, estableciendo alianzas estratégicas con ellos. Se trabajara de la siguiente manera:

1. Envío de diseños a los artesanos para preparar molde.
2. Producción de los maceteros acrílicos según diseño enviado al artesano.
3. Proceso de empaquetado y embalaje para envío del producto.

4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

4.1. Envases, empaques y embalajes

El envase y el embalaje son un componente esencial para el éxito de las exportaciones, es de vital importancia conservar y proteger los productos, a fin de que lleguen a su destino en perfectas condiciones. Este proceso de envase y

embalaje, también se necesita posicionar, diferenciar y vender el producto, utilizando materiales que respeten la norma vigente.

El tipo de empaque que se utilizará para enviar las macetas de cerámica será en cajas ranuradas y contarán con divisores para separar cada maceta.

Gráfico 7. Caja Ranurada con Divisores



Fuente: Packing&Plastic

Para evitar raspones y problemas contra el polvo, se utilizará bolsas de burbupack, es ideal para embalar todo tipo de artículos, sobre todo los más frágiles o delicados. Es fácil y práctico de usar para las macetas de cerámicas, se adapta para protegerlos de los golpes, raspones y vibraciones. Además es impermeable, mantiene a los productos libres de polvo, humedad y óxido.

Gráfico 8. Burbupack



Fuente: Packing&Plastic

VENTAJAS



Fuente: Packing&Plastic

4.2. Diseño del rotulado y marcado

4.2.1. Diseño del rotulado

Para el diseño el diseño y rotulado y marcado también deben estar sujeto a estándares internacionales. Los elementos que figuran en la marca, son señalados por la Asociación Internacional para la Coordinación del Manejo de la Carga (1962). (Carga, 1962)



EL SIMBOLO QUE SE UTILIZARÁ PARA EL ROTULADO DE LA CAJA ES EL SIMBOLO DE FRAGIL, PORQUE NUESTRO PRODUCTO DEBE IR CON BASTANTE CUIDADO Y DEBE DE LLEGAR EN OPTIMAS CONDICIONES A MERCADO DE DESTINO, IGUAL SE TOMARAN LAS MEDIDAS NECESARIAS PARA QUE NUESTRO PRODUCTO LLEGUE EN LAS OPTIMAS CONDICIONES Y NO TENGAMOS PROBLEMAS.

4.2.2. Diseño del marcado

El marcado, al igual que el etiquetado y la codificación, reviste cada vez mayor importancia en la lucha contra el fraude y las violaciones. Existen tres tipos de marcas para el transporte de mercancías.

1. **Marcas estándar o de expedición:** contienen información sobre el importador, destino, dirección, número de referencia, número de unidades, etc...
2. **Marcas informativas:** es la información adicional que aparece en el empaque o embalaje como: país de origen, puerto de salida, puerto de entrada, peso bruto, peso neto, dimensiones de las cajas, entre otros.
3. **Marcas de manipulación:** es la información sobre el manejo y advertencias en el momento de manipular o transportar la carga en este caso se utilizan símbolos pictóricos internacionalmente aceptados.

Es por ello, que las marcas del consignatario deben ser grandes, visibles, claras e impresas con tinta a prueba de agua, así como las marcas de puerto de destino y

transbordo. Además, estas marcas deben estar impresas en 03 caras del embalaje.

4.3. Unitarización y cubicaje de la carga

La unitarización del proceso logístico forma parte de una medida de manipulación necesaria para la preparación del pedido en grandes cantidades. El proceso de ordenar y acondicionar correctamente la mercancía en unidades de carga para su transporte. Es decir, con la finalidad de facilitar el transporte, se realiza la agrupación de uno o más ítems en unidades superiores de carga que deben conservar toda su integridad sin menor daño durante el tiempo que dure el traslado.

Algunas ventajas de un buen sistema de unitarización son:

- Agrupa y facilita la manipulación de mercancías.
- Mejora el aprovechamiento del espacio del almacén y lugar de transporte.
- Mejor control de la recepción y entrega de mercaderías.
- Protege la mercancía que debe ser movilizada y reduce los posibles daños que pueden producir, consiguiendo mayor seguridad.
- Facilita la identificación y ubicación de los productos.

Gráfico 9. Unitarización de la Carga

UNITARIZACION DE LA CARGA	
Envase Primario:	<p>Medidas: 11 cm x 21.5 cm x 6.5 cm (L x A x H)</p> <p>Peso: 250 gr.</p>
Envase Secundario:	<p>Medidas: 45cm x 35cm x 25cm (L x A x H)</p>
Ubicación envase primario en envase secundario:	<ul style="list-style-type: none"> • FILAS: 03 doypack por fila • COLUMNA: 06 doypack por columna • TOTAL POR CAJA: 18 por caja • PESO POR CAJA = 4.5 kg
Pallets	<p>Medidas: 120 cm x 100 cm x 16. 2 cm</p> <p>Peso Total: 1,250 Kg.</p>
PASO N ° 1 NUMERO DE CAJAS EN BASE DE PALLET	
<p>Largo pallet / Largo bulto = $1.20/0.35 = 3.43$</p> <p>Ancho pallet / Ancho bulto = $1.00/ 0.45 = 2.22$</p> <p style="text-align: center;">TOTAL = 06 cajas por base</p>	
PASO N ° 2 APILAMIENTO DE CAJAS EN	
<p>Alto real = Alto Apilamiento - Alto de paleta</p> <p>Alto real = $2.392 - 0.162$</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alto real = 2.23 <p>Total de Apilamiento = Alto Real/ Alto bulto= 8.92</p> <ul style="list-style-type: none"> • Total de Apilamiento = 8 	

Total Peso= # camas x Base x Peso Total Peso= 8 x 6 x 4.5 kg

- **Total Peso= 216 kg**
- **Total de cajas por pallet = 48 cajas**

PASO N° 03 TOTAL DE PALLETS POR EMBARQUE

Demanda calculada para el 2018

Población objetivo 2% = 16,672

Considerando que cada Persona consume:

Opción (gr) : 250 - Total 4168.00 kg

Si cada caja pesa : 4.5 kg

Número de cajas por embarque

Total de cajas demandadas: 926

Total de Pallets : 10.29 = 10 Pallets (5 cajas)20x caja

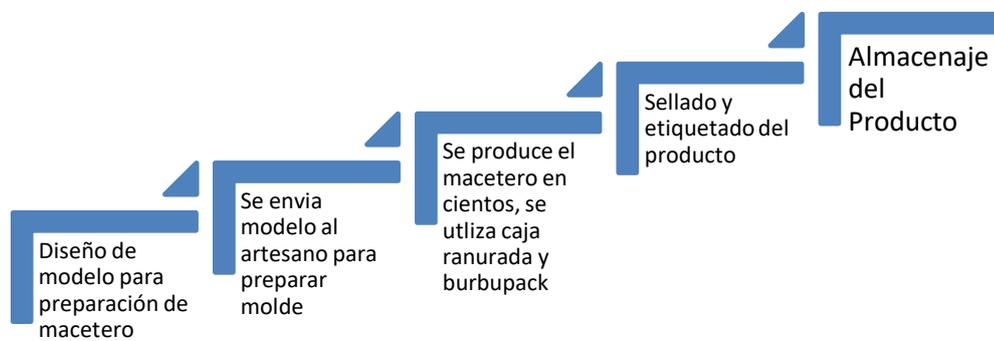
4.4. Cadena de DFI de exportación/importación

La cadena de exportación se compone principalmente en:

- Proceso logístico local
- Proceso logístico de exportación

La empresa Tierra&Planta SAC, cuenta con un proceso logístico local:

Gráfico 10. Proceso Logístico Local



Fuente: Elaboración Propia

En el gráfico que detallamos del proceso logístico, uno de los pasos es el embalaje de los productos correctamente en las cajas ranuradas y envueltos con el burbupack para que lleguen a nuestro almacén de una manera óptima y no tengamos ningún inconveniente con algún daño a la mercadería.

“El proceso exportador, siempre empieza y termina en el cliente o consumidor”, para optimizar esta cadena, la empresa independientemente de su tamaño debe poseer la capacidad de implementar un ambiente logístico y definir las estrategias, tácticas y operaciones que permitan la planeación, coordinación y medición de los flujos de: dinero, personas, información y materiales o producto, para obtener los mejores resultados, en términos económicos y de satisfacción del consumidor.

4.5. Seguro de las mercancías

CONTRATO COMPRA Y VENTA INTERNACIONAL:

Se establece para la compraventa de productos manufacturados que se van a revender, en donde el comprador no es el consumidor y en donde el contrato representa una transacción independiente y no forma parte de un acuerdo de suministro de largo plazo. Se trata de un modelo que es lo suficientemente flexible para permitir ya sea que los usuarios incluyan las condiciones generales que son comunes para todos los contratos, o bien, que incluyan las condiciones específicas que establecen los términos estándares que son comunes para todos los contratos que incorporan las condiciones generales de venta de la CCI. Las condiciones específicas se establecen para permitir que las partes lleguen a un acuerdo sobre los términos particulares de su contrato de compraventa e incluyen aspectos como:

- Información sobre el vendedor y el comprador (nombre, dirección, contacto, etc.)
- Descripción de la mercadería vendida
- Precio Contractual
- Inspección de la mercancía por parte del comprador
- Condiciones de pago (crédito documentario irrevocable o transferencia electrónica de fondos)
- Resolución de controversias (arbitraje o litigio)

La empresa tendrá que cumplir con los plazos establecidos por el comprador. La mercadería

5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1. Fijación de precios

5.1.1. Costos y precio

Los costos y precios para este plan de negocio son necesarios estipular para poder garantizar que tan sustentable es el proyecto y asegurar el un precio acorde al

mercado de destino. De esta manera tendremos el costo total de nuestro producto y se podrá definir un precio en base a la estrategia que tengamos.

Se ha solicitado una cotización a la empresa Grupo de transporte integral SAC para evaluar los costos de comercialización y distribución. En el siguiente cuadro se detalla la cotización de la empresa:

Tabla 19. Tabla de Costo y Precio

Descripcion	Precio Unitario	Importe S/	Importe US\$ 3.364
A. Costo de Produccion			
Maceteros personalizados	86,480 unidades	S/ 6.00 S/ 518,880.00	\$154,244.95
B. Costo de Comercializacion y Distribucion			
Bolsa de Burbopack	86,480 unidades	S/ 0.50 S/ 43,240.00	\$12,853.75
Cajas de cartón 60 x 50 x 40	420 unidades	S/ 10.00 S/ 4,200.00	\$1,248.51
Etiquetado	36,960 unidades	S/ 0.50 S/ 18,480.00	\$5,493.46
Flete terrestre interno	20,302.32 kg	S/ 1,000.00	\$330.40
certificado origen		S/ 216.00	\$64.21
Derecho de embarque			\$377.60
Visto Bueno			\$566.40
Gasto Operativo			\$47.20
Gasto Adm.			\$35.40
Comisión de Agente de Aduana			\$141.60
Gasto de Estiba y Carga			\$118.00
			\$21,276.53
C. Costos financieros			
Comisión de transferencia del exterior			\$100.00
costo total FOB			\$175,621.48
UTILIDAD	200%		\$351,242.95
Precio Total FOB			\$526,864.43

Fuente: Elaboración Propia

Después encontrar el precio FOB, se considerará una ganancia del 200%.

Tabla 20. Tabla Costo Unitario y Precio Unitario

Producto	Contenido	Unidades	Costo total FOB	Costo unit FOB	Margen (en función a los costos)	Precio unit FOB	TOTAL FOB
Maceteros personalizados	500g	86,480	\$175,621.48	\$2.03	200%	\$6.09	\$526,864.43

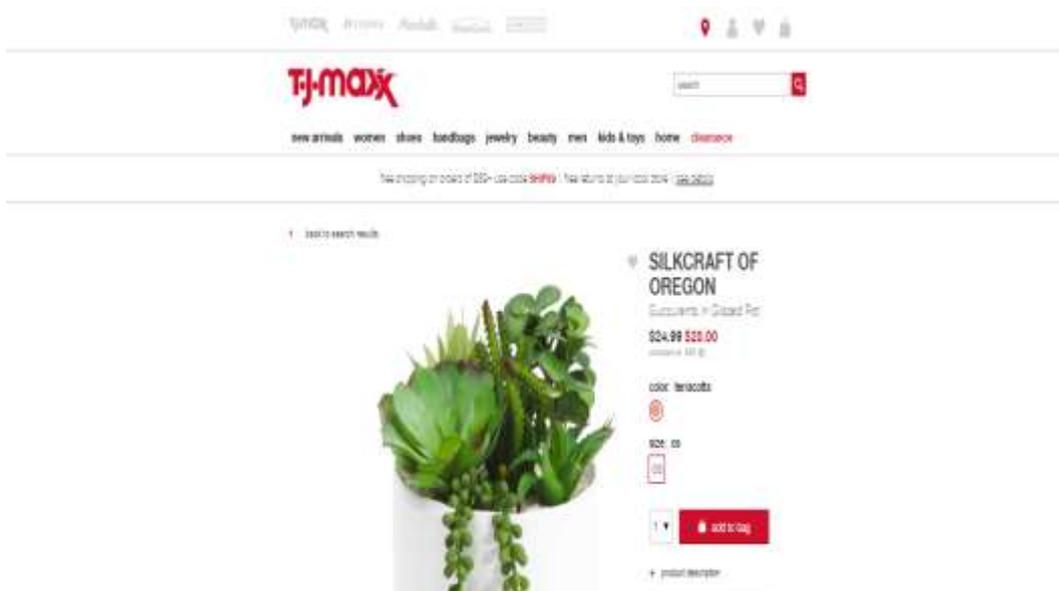
Fuente: Elaboración Propia

Métodos de fijación

Para la fijación de precios, tenemos que considerar la naturaleza del producto y a las condiciones de negociación utilizadas en el mercado se ha procedido a tener dos métodos para la fijación de precios

- Estrategia de fijación basada en el mercado:** Esta estrategia se encuentra basada en la competencia, ya que analizamos los precios que ya están establecidos en el mercado destino, para poder adaptarnos con mayor facilidad. En el grafico podemos apreciar que el precio de un macetero acrílico están alrededor de 20 dólares a más, siendo TJ Max una de las tiendas distribuidoras de este tipo de macetas.

Gráfico 11. Precio de Macetero Acrilico en mercado destino



5.1.2. Cotización internacional

Gráfico 12. Cotización Internacional

GRUPO DE TRANSPORTE INTEGRAL SAC International Forwarders & Logistics		# COTIZACION												
GRUPO DE TRANSPORTE INTEGRAL SAC		Magdalena del mar, 25 de Setiembre del 2019												
Consignatario: TO ORDER	Tipo: CARGA SECA													
Proveedor:	Referencia: CARGA Y SERVICIO LOGISTICO													
Equipos: 40 STD	Producto:													
Ruta: CALLAO - MIAMI	Cantidad contenedor: 1													
Régimen: Exp. Definitiva	INCOTERM: FOB													
Aduana: Maritima del Callao														
	T/Cambio \$:	3,320												
<p>1.-Costos Agencia y Aduana GOT</p> <table border="1"> <tr><td>Comisión</td><td>\$120.00</td></tr> <tr><td>Gastos operativos</td><td>\$40.00</td></tr> <tr><td>Gastos Adm.</td><td>\$30.00</td></tr> <tr><td>Transporte (Miraflores)</td><td>\$280.00</td></tr> <tr><td>IGV -18%</td><td>\$84.60</td></tr> <tr><td>TOTAL ADUANA</td><td>\$954.60</td></tr> </table>			Comisión	\$120.00	Gastos operativos	\$40.00	Gastos Adm.	\$30.00	Transporte (Miraflores)	\$280.00	IGV -18%	\$84.60	TOTAL ADUANA	\$954.60
Comisión	\$120.00													
Gastos operativos	\$40.00													
Gastos Adm.	\$30.00													
Transporte (Miraflores)	\$280.00													
IGV -18%	\$84.60													
TOTAL ADUANA	\$954.60													
<p>2.-Costos Almacén naviera</p> <table border="1"> <tr><td>Gate out / Visto Bueno</td><td>\$ 480.00</td></tr> <tr><td>Deposito / Derecho de embarque</td><td>\$ 320.00</td></tr> <tr><td>IGV -18%</td><td>\$144.00</td></tr> <tr><td>TOTAL ALMACEN</td><td>\$944.00</td></tr> </table>			Gate out / Visto Bueno	\$ 480.00	Deposito / Derecho de embarque	\$ 320.00	IGV -18%	\$144.00	TOTAL ALMACEN	\$944.00				
Gate out / Visto Bueno	\$ 480.00													
Deposito / Derecho de embarque	\$ 320.00													
IGV -18%	\$144.00													
TOTAL ALMACEN	\$944.00													
<p>3.-Costos de flete marítimo</p> <table border="1"> <tr><td>POI: CALLAO, PERU</td></tr> <tr><td>POD: MIAMI, USA</td></tr> <tr><td>TRANSIT: 13 DIAS APROX</td></tr> <tr><td>SERVICIO: SEMANAL / VIA MANZANILLO</td></tr> <tr><td>NAVIERA: HAPAG LLOYD</td></tr> <tr><td>TOTAL FLETE MARITIMO</td><td>\$ 4,790.00</td></tr> </table>			POI: CALLAO, PERU	POD: MIAMI, USA	TRANSIT: 13 DIAS APROX	SERVICIO: SEMANAL / VIA MANZANILLO	NAVIERA: HAPAG LLOYD	TOTAL FLETE MARITIMO	\$ 4,790.00					
POI: CALLAO, PERU														
POD: MIAMI, USA														
TRANSIT: 13 DIAS APROX														
SERVICIO: SEMANAL / VIA MANZANILLO														
NAVIERA: HAPAG LLOYD														
TOTAL FLETE MARITIMO	\$ 4,790.00													
<table border="1"> <tr><td>TOTAL ADUANA</td><td>\$954.60</td></tr> <tr><td>TOTAL COSTOS DE ALMACEN</td><td>\$944.00</td></tr> <tr><td>TOTAL FLETE MARITIMO</td><td>\$4,790.00</td></tr> <tr><td>TOTAL LOGISTICO INTEGRAL</td><td>\$3,998.60</td></tr> </table>			TOTAL ADUANA	\$954.60	TOTAL COSTOS DE ALMACEN	\$944.00	TOTAL FLETE MARITIMO	\$4,790.00	TOTAL LOGISTICO INTEGRAL	\$3,998.60				
TOTAL ADUANA	\$954.60													
TOTAL COSTOS DE ALMACEN	\$944.00													
TOTAL FLETE MARITIMO	\$4,790.00													
TOTAL LOGISTICO INTEGRAL	\$3,998.60													
<p>Observación:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Costos Validos hasta el 30 de Octubre del 2019 * TARIFA MARITIMA: 5 dias de energia en origen Fargoline / 7 dias libres en origen (posesion de equipo o detencion) 3 dias en destino de uso de contenedor * TARIFA MARITIMA SUJETA A RECARGOS EN DESTINO *Envío sujeto a disponibilidad de equipos en origen *Costos son validos para canal naranja *Incluye: Ingreso a terminal, traccion, tiempo de almacenaje, gastos administrativos, vobo, gate out. *servicio GOT: trafico documentario, informativo status , soporte y feedback. * Costos validos para carga general // NO IMO // no sobredimensionada // apilable // no sobrepeso *El embalaje debe ser el apropiado para el transporte *Los costos son aproximados *Sujeto a confirmación de t.c. según información de Aduanas a la fecha de pago. *TC es referencial de Aduana; no es el mismo cobrado en aviso de llegada 														
<p>Atentamente Departamento de Pricing</p>														

En la siguiente tabla detallaremos los costos anuales, por un total de 36,960 unidades con 500 gramos por cada macetero, con un peso neto 18, 480 kg y un peso bruto de 20,302.32 kg.

5.2. Contrato de compra venta internacional

El presente contrato de compra-venta internacional, este contrato contara con las siguientes clausulas:

- Generalidades
- Características del producto
- Plazo de entrega
- Precio
- Condiciones de pago
- Interés en caso de pago retrasado
- Retención de documentos
- Termino contractual de entrega
- Retraso de entrega de envíos
- Caso fortuito de fuerza mayor
- Resolución de controversias
- Encabezados
- Notificaciones
- Acuerdo Integral

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: TIERRA&PLANTA SAC, empresa constituida bajo las leyes de la República con el RUC 20605081780., debidamente representada por su GERENTE GENERAL CARLOS CASTAÑEDA PULGAR ., con Documento de Identidad N°48102404., domiciliado en su Oficina principal ubicado en Porta 425, Miraflores , a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte Street Company S.A.,debidamente representado por su Gerente General sr. CRAIG MACAVOY., y señalando domicilio el ubicado en Calle Sarasota 1442., °Ilinois , Chicago , ESTADOS UNIDOS , a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

GENERALIDADES

CLAUSULA PRIMERA:

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

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

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

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

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

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

- 2.1. Es acordado por las Partes que **EL VENDEDOR** venderá los siguientes productos: **MACETEROS PERSONALIZADOS.** , y **EL COMPRADOR** pagará el precio de FOB CALLAO USD dichos productos de conformidad con el artículo.
- 2.2. También es acordado que cualquier información relativa a los productos descritos anteriormente referente al uso, peso, dimensiones, ilustraciones, no tendrán efectos como parte del contrato a menos que esté debidamente mencionado en el contrato.

PLAZO DE ENTREGA

CLAUSULA TERCERA:

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

PRECIO

CLAUSULA CUARTA:

Las Partes acuerdan el precio de **FOB CALLAO USD \$239,813.30** por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador en un periodo de 60 días.

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

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

CONDICIONES DE PAGO

CLAUSULA QUINTA:

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

INTERES EN CASO DE PAGO RETRASADO

CLAUSULA SEXTA:

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

RETENCION DE DOCUMENTOS

CLAUSULA SEPTIMA:

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

TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

CLAUSULA OCTAVA:

Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS acordado.

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

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

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

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

RETRASO DE ENVIOS

CLAUSULA NOVENA:

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

INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS

CLAUSULA DECIMA:

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

En cualquier caso, **EL COMPRADOR** no recibirá ninguna compensación por dicha inconformidad, si falla en comunicar al **EL VENDEDOR** dicha situación

dentro de los 45 días contados desde el día de llegada de los productos al destino acordado.

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

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

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

COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES

CLAUSULA DECIMO PRIMERA:

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

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

CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR

CLAUSULA DECIMO SEGUNDA:

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

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

RESOLUCIÓN DE CONTROVERCIAS

CLAUSULA DECIMO TERCERA:

A menos que se estipule de otra forma por escrito, todas las disputas surgidas en conexión con el presente contrato deberán ser finalmente resueltas por la ley del Perú. Y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes del Perú

ENCABEZADOS

CLAUSULA DECIMO CUARTA:

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

NOTIFICACIONES

CLAUSULA DECIMO QUINTA:

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

ACUERDO INTEGRAL

CLAUSULA DECIMO SEXTA:

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

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

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de Lima, a los 12 Días del mes de setiembre 2019.

.....
.....

EL VENDEDOR

EL COMPRADO

Tabla 21. Aspectos de la compra venta internacional

Aspectos de la Compra Venta Internacional	Información del Plan de Negocios
Las Partes	Las partes están obligadas a cumplir todo lo estipulado en el contrato.
La Vigencia del contrato	1 de octubre del 2019 – 30 noviembre del 2019
La Mercancía	La mercancía está distribuida en cajas de carton corrugado y con burbopack para la protección de la cerámica

La Cantidad	La cantidad estimada es 20 cajas por palet.
El Envase	El envase llevará el logo de la empresa.
El Embalaje	Será embalado y se pondrá en los respectivos pallets.
El Transporte	Según lo coordinado con la agencia, ellos serán los responsables del transporte de la mercadería.
La Fecha Máxima de Embarque	El 30 de enero del 2019
Lugar de Entrega	Puerto de Miami.
El Incoterm	FOB – Transporte Marítimo
Los Gastos	\$79,937.77
La Transmisión de los Riesgos	-
El Seguro	Positiva
Moneda de Transacción	DOLARES
Precio	\$ 3.36
Forma de Pago	50% de adelanto- 50% puesto en el embarque
Medio de Pago	Carta de crédito

La Documentación	Agencia de Aduanas
Lugar de Fabricación	Lima, Perú
Arbitraje	Es el procedimiento jurídico utilizado como mecanismo de resolución de disputas o controversias mercantiles.

Fuente: Elaboración Propia

5.3. Elección y aplicación del Incoterm

Para la elección del Incoterm se tomó en cuenta las responsabilidades tanto del comprador como las de la empresa, estas determinaron riesgos y costes entre cada una de las partes, es por ello que se determinó usar el Incoterm FOB (Free on Board).

En la actualidad, los Incoterms más utilizados son CIF y FOB, pero la elección del Incoterm CIF, siendo nuevos exportadores representa mayor probabilidad de riesgos y complicaciones, mientras que por otro lado el Incoterm FOB, se tiene seguridad en cuanto En la actualidad, los Incoterms más utilizados son CIF y FOB, pero la elección del Incoterm CIF, siendo nuevos exportadores representa mayor probabilidad de riesgos y complicaciones, mientras que por otro lado el Incoterm FOB, se tiene seguridad en cuanto a responsabilidades y riesgos, ya que en cuanto se efectúen más exportaciones en el futuro se conocerá mejor a los clientes y el manejo del transporte y documentación a generar a responsabilidades y riesgos, ya que en cuanto se efectúen más exportaciones en el futuro se conocerá mejor a los clientes y el manejo del transporte y documentación a generar.

Tierra & Planta S.A.C, tendrá como responsabilidad entregar la mercancía a bordo del medio de transporte marítimo convenido- Callao. A su vez, también efectuará el despacho de exportación de la mercancía. Por otro lado, el comprador tendrá toda la responsabilidad del costo de transporte marítimo, así como documentación y gastos en lugar de destino.

5.4. Determinación del medio de pago y cobro

Se determinó el medio de pago, la CARTA DE CREDITO A 60 DIAS, IRREVOCABLE, CONFIRMADA Y A LA VISTA.

Los factores para la elección de este medio de pago son los siguientes:

- Es irrevocable, es decir no puede cancelarse o modificarse sin el consentimiento de las partes.
- Es confirmada, porque el banco del avisador (exportador) brinda su consentimiento y compromiso de pago irrevocable al banco emisor (importador)
- Garantiza un pago a tiempo luego del cumplimiento a tiempo de los términos y condiciones pactados.
- Posibilita financiamientos, abriendo la posibilidad de obtener plazos de pago al importar o adelanto de fondos de una exportación.
- Garantiza la obtención de financiamientos previos a la exportación.
- Evita el riesgo de la cancelación del pedido, debido a su propiedad de irrevocabilidad.
- Elimina el riesgo del “No Pago” para el exportador y el riesgo de no recibir las mercancías para el importador al evitar realizar pagos adelantados, además permite la inclusión y el cumplimiento de términos y condiciones

en el contrato de compra-venta que pueden ser fiscalizadas documentariamente por los bancos.

- La confirmación de la carta de crédito se controla el riesgo País y el riesgo Banco del exterior en una exportación.

Pero se debe considerar que este medio de pago no cubre lo siguiente:

- Incumplimiento total de un pedido.
- Riesgos de transporte y manipulación de la mercadería.

Por ser la primera exportación de la empresa de Tierra&Planta S.A.C. debemos tomar las medidas necesarias para que se cumpla con el pago de la exportación de esta manera, nos aseguramos el pago de nuestras mercancías. En las siguientes exportaciones puede cambiar el método de pago según el comportamiento de nuestro comprador.

Gráfico 13. Flujograma de medio de pago



Fuente: Ibídem

5.5. Elección del régimen de exportación o de importación

El régimen de exportación escogido para la venta de nuestros maceteros personalizados será mediante EXPORTACIÓN DEFINITIVA, este régimen facilitará la salida de las mercancías nacionales que salen del territorio aduanero para su uso o consumo definitivo en el exterior y dicha exportación no está afectada a pago de tributo alguno.

También aplicaremos los controles respectivos para que se garantice el correcto cumplimiento de la normatividad vigente.

5.6. Gestión aduanera del comercio internacional

Gráfico 14. Proceso de exportación de despacho aduanero



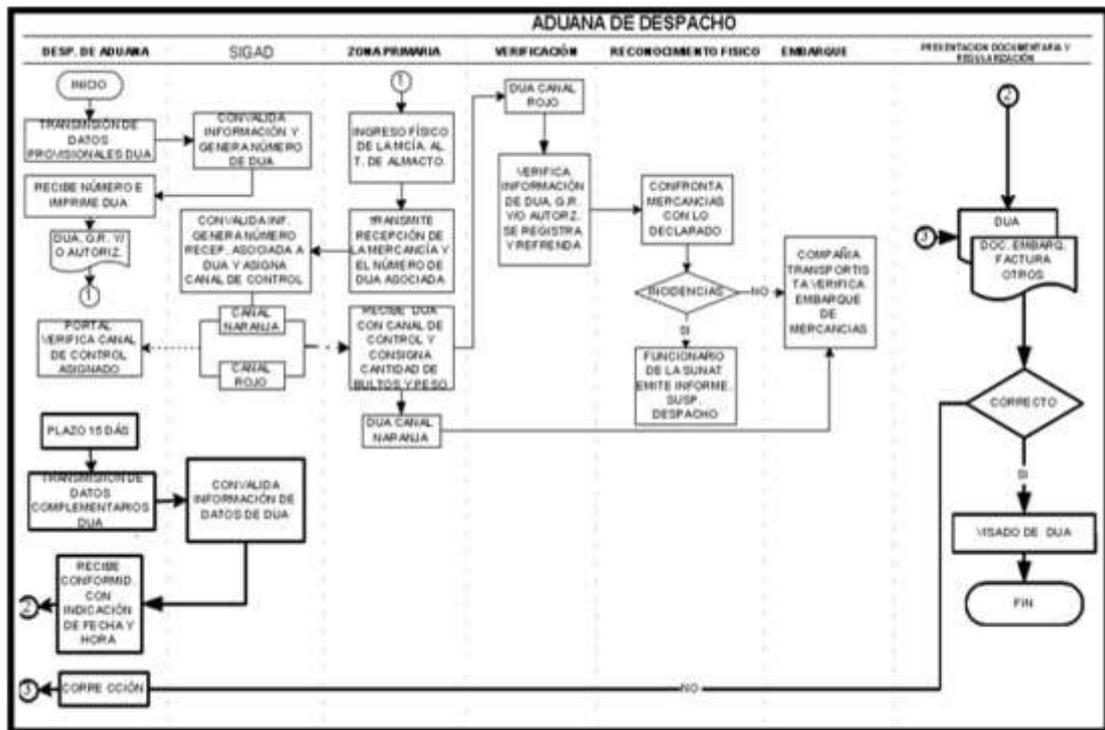
Fuente y elaboración: Sunat

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

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

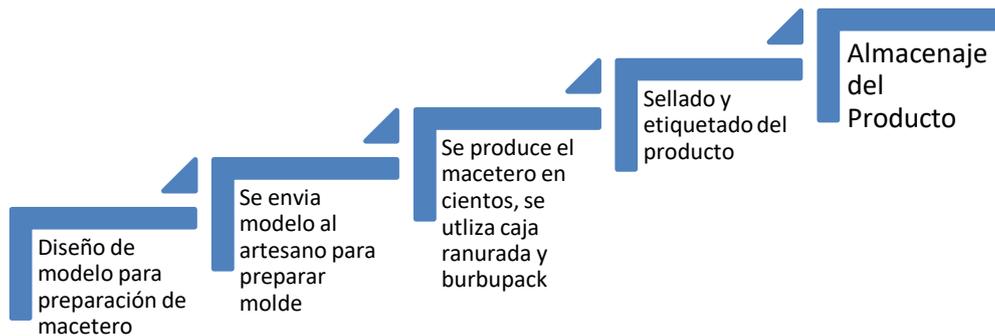
5.7. Gestión de las operaciones de importación/exportación: Flujo grama

Gráfico 15. Flujograma de exportación



5.8. Gestión de las operaciones de producción del bien o servicio a ejecutar: Flujo Grama.

Gráfico 16 . Flujograma de Operaciones de producción



Fuente: Elaboración Propia

6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1. Inversión Fija

6.1.1. Activos tangibles

En los activos tangibles están conformados por 3 escritorios, PC Pentium, 3 laptop, 3 sillas de escritorios, mesa rectangular de madera, artículos de escritorio e impresora.

Tabla 22. Activos Tangibles

Activos tangibles	Cant	Costo Unitario	Total
Escritorio de madera 1.20	3	\$195.9	\$587.7
PC Pentium IV	1	\$200.0	\$200.0
Laptop Intel Core i5 15"	3	\$340.0	\$1,020.0
Silla de escritorio	3	\$50.0	\$150.0
Mesa rectangular de mader	1	\$210.0	\$210.0
Artículos de escritorio	1	\$85.0	\$85.0
Impresora	2	\$40.0	\$80.0
Total			\$2,332.7

Fuente: Elaboración Propia

6.1.2. Activos intangibles

Los activos intangibles de nuestra empresa son, marca y patente, elaboración de página, registros públicos, tramites Indecopi y tramites de notaria.

Tabla 23. Activos intangibles

Activos intangibles	Cant	Costo Unit	Total
Marca y patente	1	\$250.0	\$250.0
Elaboración de página	1	\$130.0	\$130.0
Registros Públicos	1	\$70.0	\$70.0
Trámites Indecopi	1	\$280.0	\$280.0
Trámites Notaría	1	\$300.0	\$300.0
Total			\$1,030.0

Fuente: Elaboración Propia

6.2. Capital de Trabajo

Tabla 24. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO TRIMESTRAL US\$			
Concepto	Cant	Costo Unitario US\$	Costo Anual US\$
CAJA			0.0
INVENTARIO			0.0
BANCOS			0.0
Insumos			28,538.2
Producto terminado embotellado y etiquetado	1	28,538.2	28,538.2
Costos Administrativos inc Beneficios			1,171.8
Gerente General	1	401.5	401.5
Asistente Operaciones Comerciales	1	311.2	311.2
Asistente de marketing y Diseño	1	311.2	311.2
Contador General	1	147.8	147.8
Costos de Suministros			462.9
Agua y Luz	3	77.1	231.4
Teléfono e Internet	3	77.1	231.4
Costo de Inmueble			3,000.0
Alquiler de local 120 m2 y almacén (Callao)	3	1,000.0	3,000.0
Costo de Distribución por embarque			3,013.8
Certificados diversos	1	150.0	150.0
Servicio de etiquetado y empaque	57.653	1.0	57.7
Servicio de paletizado	12.011	10.0	120.1
Stretch film y cinta adhesiva	8.0074	4.5	36.0
Servicio Integral Exportación	1	1,600.0	1,600.0
Cuadrilla y Montacarga	1	450.0	450.0
Agencia Aduanas	1	400.0	400.0
Derechos y tasas	1	200.0	200.0
CAPITAL DE TRABAJO TRIMESTRAL			36,186.7

Fuente: Elaboración Propia

6.3. Inversión Total

La inversión total estará conformado por el capital de trabajo trimestral y el total de inversión inicial.

Tabla 25. Inversión Total

CAPITAL DE TRABAJO TRIMESTRAL US\$	34,965.9
TOTAL DE INVERSIÓN INICIAL	8,806.6
TOTAL DE INVERSIÓN	43,772.6

Fuente: Elaboración Propia

6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

Como bien planteamos desde un inicio el capital de trabajo es un monto muy fuerte que será asumido por el 70% de los accionistas y el resto será financiando por el banco.

Tabla 26. Estructura de Financiamiento

Accionistas	70%	\$30,640.79
Endeudamiento banco	30%	\$13,131.77
Total	100%	\$43,772.56

Fuente: Elaboración Propia

6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito

Si bien es cierto no todos los bancos tienen la facilidad de brindar un préstamo a una empresa que recién se está iniciando, se ha averiguado y se ha logrado establecer un préstamo con el banco pichincha. Se detalla las fechas de pago y las amortizaciones que se harán:

Tabla 27. Estructura de Financiamiento por el Banco Pichincha

Número de Cuota	Fecha de Pago	Capital	Interés	Seguro Desgravamen	Total Cuota
1	9/11/2019	583.74	326.47	10.9	930.3
2	9/12/2019	608.44	301.77	10.9	930.3
3	9/01/2020	613.38	296.83	10.9	930.3
4	9/02/2020	628.63	281.58	10.9	930.3
5	9/03/2020	661.61	248.6	10.9	930.3
6	9/04/2020	660.7	249.51	10.9	930.3
7	9/05/2020	684.74	225.47	10.9	930.3
8	9/06/2020	694.15	216.06	10.9	930.3
9	9/07/2020	717.9	192.31	10.9	930.3
10	9/08/2020	729.26	180.95	10.9	930.3
11	9/09/2020	747.39	162.82	10.9	930.3
12	9/10/2020	770.68	139.53	10.9	930.3
13	9/11/2020	785.13	125.08	10.9	930.3
14	9/12/2020	808.1	102.11	10.9	930.3
15	9/01/2021	824.74	85.47	10.9	930.3
16	9/02/2021	845.24	64.97	10.9	930.3
17	9/03/2021	870.56	39.65	10.9	930.3
18	9/04/2021	897.38	22.31	10.9	939.78
Totales (US \$):	--	13,131.77	3,261.49	196.2	16,754.88

Fuente: Banco Pichincha

BANCO PICHINCHA

Moneda:	DOLARES AMERICANOS
Producto:	CAPITAL DE TRABAJO
Monto solicitado:	13,131.77
Tasa efectiva anual(Base a 360 días)Fija:	33.00
Plazo (en meses):	18
Tasa seguro de desgravamen mensual (%):	0.08
Tasa de costo efectivo anual (%)(Fija):	36.94
Fecha Desembolso:	09/10/2019

Fuente: Banco Pichincha

6.6. Presupuesto de costos

El presupuesto de costos está compuesto por los costos variables, insumos, certificados diversos, servicio de empaque y etiquetado entre otros que detallaremos en el siguiente cuadro:

Tabla 28. Presupuesto de Costos

Proyección Distribución	AÑO 1		
	Unid	Costo unit	US\$
Costos Variables			
Insumos	95,127	3.00	285382.3995
Certificados diversos	4	150	600
Servicio de empaque y etiquetado	577	1	576.5301
Servicio de Paletizado	120	10	1201.104375
Stretch film y cinta adhesiva	80	4.5	360.3313125
Servicio Integral Exportación	4	1600	6400
Cuadrilla y Montacarga	4	450	1800
Agencia Aduanas	4	400	1600
Derechos y tasas	4	200	800
Total Costos variables			298720.3653
Costos Fijos			
Gastos Administrativos	1	25138.03	25138.03
Depreciación	1	419.77	419.77
Total Costos Fijos			25557.80
Subtotal de Costos			324278.1635
Margen de Ganancia		50%	162139.0818
Total de Costos			486417.2453
Unidades de venta anual		86,480	
Precio de venta unit			6.09

Fuente: Elaboración Propia

6.7. Punto de Equilibrio

Tabla 29. Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL	
Costo variable unitario	3.1
Precio de venta unitario	6.1
Costo fijo	25,557.8
Margen de contribución	2.9
Unidades	8,664

Fuente: Elaboración Propia

6.8. Tributación de la exportación

La empresa Tierra& Planta S.A.C no se encuentra afecto a impuestos tributarios gracias al libre tratado que tienen con Estados Unidos.

6.9. Presupuesto de ingresos

Tabla 30. Presupuesto de Ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	486,417	583,701	636,234	693,495	755,909
REINTEGRO TRIBUTARIO	0	55,205	64,870	70,490	76,615
TOTAL	486,417	638,905	701,104	763,985	832,525

Elaboración Propia

6.10. Presupuesto de egresos

Tabla 31. Presupuesto de Egresos

PRESUPUESTO DE EGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COMPRA DE MACETAS	285,382	342,459	373,280	406,875	443,494
SUELDOS Y BENEFICIOS LABORALES	18,067	18,067	18,067	18,067	18,067
ALQUILERES Y SERVICIOS	6,651	6,823	7,000	7,182	7,370
PROMOCION	1,380	1,380	1,380	1,380	1,380
PUBLICIDAD	1,536	1,613	1,693	1,778	1,867
DISTRIBUCION	13,338	13,766	13,996	14,248	14,522
COMPRA DE ACTIVO FIJO	2,399	0	0	0	0
TOTAL	328,753	384,107	415,417	449,531	486,700

Fuente: Elaboración Propia

6.11. Flujo de caja proyectado

Tabla 32 Flujo de Caja Proyectado

PROYECCIÓN DE FLUJO DE CAJA US\$						
DATOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas		486,417	583,701	636,234	693,495	755,909
Reintegro tributario			55,205	64,870	70,490	76,615
COMPRA DE MATERIA PRIMA		285,382	342,459	373,280	406,875	443,494
SUELDOS INCLUIDO BENEFICIOS		18,067	18,067	18,067	18,067	18,067
ALQUILERES Y SERVICIOS		6,651	6,823	7,000	7,182	7,370
GASTOS DE VENTAS		16,254	16,758	17,070	17,406	17,769
Promoción		1,380	1,380	1,380	1,380	1,380
Publicidad		1,536	1,613	1,693	1,778	1,867
Distribución		13,338	13,766	13,996	14,248	14,522
Otros		0	0	0	0	0
PAGOS POR ACTIVO FIJO		2,399	0	0	0	0
EGRESOS		328,753	384,107	415,417	449,531	486,700
SALDO ANTES DE IMPUESTOS		157,664	254,798	285,687	314,454	345,824
PAGO DE IMPUESTOS		107,442	117,137	127,793	139,937	153,176
Impuesto a la renta 27%		52,238	52,267	57,303	63,321	69,885
IGV por las compras		55,205	64,870	70,490	76,615	83,291
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO		50,222	137,661	157,893	174,517	192,648
INGRESO POR ACCIONISTAS		31,495	0	0	0	0
INGRESO POR PRÉSTAMO BANCO		13,498	0	0	0	0
AMORTIZACIÓN		11,164	5,591	0	0	0
FLUJO DE CAJA FINANCIERO		84,052	132,070	157,893	174,517	192,648
FLUJO DE CAJA ACUMULADO		84,052	216,122	289,963	332,411	367,166

6.12. Estado de Ganancias y Pérdida

Tabla 33. Estado de Ganancias y Pérdidas

Estado de Ganancias y Perdidas	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas brutas	468,106	561,727	612,283	667,388	727,453
Descuentos, devoluciones, rebajas:	0	0	0	0	0
Ventas netas	468,106	561,727	612,283	667,388	727,453
Costo de Ventas	286,513	341,576	371,309	403,719	439,046
Inventario inicial	0	0	0	0	0
Más costo de bienes producidos	286,513	341,576	371,309	403,719	439,046
Menos inventario final de productos terminados	0	0	0	0	0
Utilidad Bruta	181,593	220,152	240,973	263,669	288,407
Menos gastos administrativos	25,558	25,730	25,906	26,089	25,951
Menos gastos de ventas (publicidad, promoción, etc.)	2,916	2,993	3,073	3,158	3,247
Utilidad de operación	153,119	191,429	211,994	234,422	259,209
Menos gastos financieros	12,840	6,422	0	0	0
Más ingresos financieros	13,132	0	0	0	0
Más ingresos extraordinarios	30,641	0	0	0	0
Menos gastos extraordinarios	0	0	0	0	0
Utilidad antes de participación e impuestos	184,052	185,007	211,994	234,422	259,209
Menos participación en utilidades trabajadores	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	184,052	185,007	211,994	234,422	259,209
Menos Impuesto a la Renta	49,694	49,952	55,118	60,950	67,394
Utilidad Neta	134,358	135,055	156,875	173,472	191,815
Menos Dividendos	0	0	0	0	0
Utilidad Retenida	134,358	34,490	27,720	42,274	46,337

Fuente: Elaboración Propia

6.13. Evaluación de la Inversión

6.13.1. Evaluación Económica

BENEFICIO COSTO	15.71747164
-----------------	-------------

6.13.2. Evaluación Financiera

Tabla 34. Evaluación Financiera

Concepto	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de caja financiero	-44,993	84,052	132,070	157,893	174,517	192,648
tasa de descuento (21%) WACC		0.83	0.68	0.56	0.47	0.39
Flujo financiero neto	-44,993	69,464.16	90,205.57	89,126.75	81,413.70	74,274.27
TIR FINANCIERO	169%					
VAN FINANCIERO	133,616.4					

Fuente: Elaboración Propia

6.13.3. Evaluación social

Se tendrá un impacto positivo en la sociedad, ya que nosotros como empresa responsable trabajaremos cumpliendo todas las normas establecidas para resguardar el medio ambiente.

Por otro lado el impacto social es importante, porque tendremos una gran comunidad a la que venderemos nuestros maceteros personalizados, esto quiere decir que tendremos un población realmente activa en la compra de estos, en el siguiente grafico se puede apreciar:

Total población seleccionada en FLORIDA	5,765,301
Porcentaje De personas q comprar maceteros	3%
Total población en FLORIDA	172,959

Cabe resaltar que nosotros como empresa buscamos ingresar mediante cadenas de supermercados para que nuestro producto tenga mayor aceptación.

6.13.4. Impacto ambiental

Con respecto al impacto ambiental, no tendremos mayor problema, porque nuestras artesanías son realizadas a mano y usando hornos artesanales que no afectan el medio ambiente.

También la empresa cumplirá estrictamente con todos los procesos para no causar algún daño ambiental y se tendrá campañas de reciclaje en la empresa para concientizar a los colaboradores a hacer uso de los recursos de la empresa de una manera adecuada y responsable.

6.14. Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

Tabla 35. Evaluación de Oportunidad de Capital COK

Concepto	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de caja económico	-44,993	50,222	137,661	157,893	174,517	192,648
tasa de descuento (21%) COK (CAPM)		0.83	0.68	0.56	0.47	0.39
Flujo económico neto	-44,993	41,505.73	94,024.49	89,126.75	81,413.70	74,274.27
TIR ECONOMICO	136%					
VAN ECONOMICO	121,118.6					

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 36. Evaluación de Oportunidad del WACC

Concepto	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de caja financiero	-44,993	84,052	132,070	157,893	174,517	192,648
tasa de descuento (21%) WACC		0.83	0.68	0.56	0.47	0.39
Flujo financiero neto	-44,993	69,464.16	90,205.57	89,126.75	81,413.70	74,274.27
TIR FINANCIERO	169%					
VAN FINANCIERO	133,616.4					

Fuente: Elaboración propia

6.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Se analizó el mercado, teniendo en cuenta que el dólar puede encontrarse en una situación favorable o desfavorable que se detalla a continuación:

Tabla 37. Cuadro de Riesgo del Tipo de cambio

Cuadro de Riesgo	TIPO DE CAMBIO	
	3.20	3.50
	AÑO 1	AÑO 1
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	\$46,971.71	\$44,525.07
INGRESO POR ACCIONISTAS	\$30,003.17	\$28,919.22
INGRESO POR PRÉSTAMO BANCO	\$12,858.50	\$12,393.95
AMORTIZACIÓN	\$11,163.60	\$11,163.60
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	\$78,669.78	\$74,674.64
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	\$78,669.78	\$74,674.64

Fuente: Elaboración Propia

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- Podemos concluir que el negocio es sumamente rentable, porque al mercado que nos dirigimos no hay maceteros de esas características.
- El crecimiento de las plantas ornamentales en el mercado de estados unidos está en creciente (7%) y esto ayuda a que nuestros maceteros tenga un mayor impulso, ya que son un complemento de ellos.
- El precio con el cual estamos ingresando al mercado norteamericano es un precio menor a la competencia y esto ayudará a tener una mayor visibilidad y aceptación de la marca, sumado a la diferenciación de los maceteros personalizados.

7.2. Recomendaciones.

- Implementar una pequeña fábrica para producir nuestros maceteros, de esta manera se reduciría el precio de producción de nuestros maceteros.
- Capacitar a los artesanos para que los diseños se puedan ir perfeccionando con el tiempo y mejorando la calidad y presentación para nuestros clientes.
- Expandir a otros mercados los diseños de maceteros personalizados que tenemos en nuestra empresa, cabe resaltar que la calidad de los artesanos es muy buena y no se compara al material de los maceteros asiáticos.

Bibliografía

- Carga, C. d. (1962). *Asociación Internacional de Manejo de Carga*. Obtenido de <http://www.manzoli.com.ar/datos-utiles-identificacion.html>
- Ministerio de trabajo, d. T. (1998). *Artículo 4 del Dcreto Supremo*. Obtenido de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/BE35EA4B0DF56C0A05257E2200538D4C/\\$FILE/1_DECRETO_SUPREMO_003_27_03_1997.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/BE35EA4B0DF56C0A05257E2200538D4C/$FILE/1_DECRETO_SUPREMO_003_27_03_1997.pdf)
- SUNAT. (2018). *Micro y pequeña empresa*. Obtenido de <http://cpe.sunat.gob.pe/micro-y-pequena-empresa-mype>
- SUNAT. (2018). *Partida Arancelaria*. Obtenido de <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>