



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

**COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE  
FILTRANTES DE HIERBAS AROMÁTICAS AL  
MERCADO DE NUEVA YORK – ESTADOS UNIDOS**



**PRESENTADO POR  
KIARA MARJORIE ZAPATA CRUZ**

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

**LIMA – PERÚ**

**2020**



**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**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE FILTRANTES DE HIERBAS  
AROMÁTICAS AL MERCADO DE NUEVA YORK - ESTADOS UNIDOS.**

Presentado por:

**Bachiller: Kiara Marjorie Zapata Cruz.**

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

**Lima - Perú**

**2020**

## **DEDICATORIA**

El presente plan de negocio se lo dedico con todo mi cariño a mi familia por su gran apoyo incondicional.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por guiarme y darme la fortaleza siempre; a mis padres por el gran ejemplo que representan en mi vida, por su apoyo y confianza.

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO .....	12
1. ESTRUCTURA DEL PLAN.....	14
2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES.....	15
2.1 Nombre o Razón Social .....	15
2.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU) .....	15
2.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	16
2.3.1 Ubicación .....	16
2.3.2 Factibilidad municipal.....	19
2.3.3 Factibilidad sectorial.....	19
2.4 Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha .....	20
2.4.1 Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA).....	20
2.4.2 Objetivos .....	23
2.4.3 Misión .....	23
2.4.4 Visión.....	24
2.4.5 Valores .....	24
2.4.6 Principios .....	26
2.4.7 Cultura Organizacional y Política.....	27
2.5 Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características. ....	28
2.6 Estructura Orgánica.....	29
2.6.1 Principales funciones del personal .....	30
2.7 Cuadro de Asignación de Personal .....	34
2.8 Forma Jurídica Empresarial .....	35
2.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPÍ .....	38
2.10 Requisitos y Trámites Municipales .....	40
2.11 Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades ...	42
2.11.1 Requisitos para obtención de RUC .....	42
2.11.2 Regímenes Tributarios .....	43
2.12 Registro de Planillas Electrónica (PLAME) .....	44
2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	45
2.14 Modalidades de Contratos Laborales.....	47
2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.....	49
3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL .....	51
3.1 Descripción del producto.....	51

3.1.1 Clasificación arancelaria.....	52
3.1.2 Propuesta de valor .....	55
3.1.3 Ficha Técnica Comercial.....	60
3.2 Investigación del Mercado de Objetivo .....	61
3.2.1 Segmentación de mercado objetivo .....	65
3.2.1.1 Segmentación de mercado objetivo macro.....	65
3.2.1.2 Segmentación de mercado objetivo micro .....	67
3.3.2 Tendencias de consumo .....	77
3.3.2.1 Perfil del consumidor .....	77
3.3.2.2 Características del empresario .....	77
3.3.2.3 Estrategia de negociación.....	78
3.3.2.4 Normas de Protocolo en reuniones de negocios .....	78
3.3.2.5 Salud y bienestar en EE. UU.....	78
3.3 Análisis de la oferta y la demanda .....	79
3.3.1 Análisis de la oferta .....	79
3.3.1.1 Análisis de la oferta mundial.....	79
3.3.2 Análisis de la demanda.....	85
3.3.2.1 Análisis de las importaciones de Estados Unidos .....	85
3.4. Estrategias de ventas y distribución .....	88
3.4.1 Estrategias de segmentación .....	88
3.4.2 Estrategias de posicionamiento .....	89
3.4.3 Estrategias de distribución .....	91
3.5 Estrategias de Promoción .....	92
3.6 Tamaño de planta. Factores condicionantes. ....	97
4. PLAN DE LOGISTICA INTERNACIONAL .....	99
4.1 Envases, empaques y embalajes.....	99
4.1.1 Envases .....	99
4.1.2 Empaque.....	99
4.1.3 Embalaje .....	101
4.2 Diseño del rotulado y marcado .....	103
4.2.1 Diseño del rotulado .....	103
4.2.2 Diseño del mercado .....	106
4.3 Unitarización y cubicaje de la carga .....	108
4.4 Cadena de DFI de exportación.....	109
4.5 Seguro de las mercancías.....	121
3. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL.....	123

5.1 Fijación de precios.....	123
5.1.1 Costos y precio .....	123
5.1.2 Cotización internacional .....	128
5.2 Contrato de compra venta internacional y sus documentos .....	130
5.2.1 Contrato de compra venta internacional.....	130
5.2.2. Negociación de condiciones de compra venta .....	130
5.2.3 Elaboración de contratos adecuado al plan de negocio.....	132
5.3 Elección y aplicación del Incoterm .....	133
5.4 Determinación del medio de pago y cobro .....	135
5.4.1 Elección de medios de pago.....	135
5.5 Elección del régimen de exportación.....	137
5.6 Gestión aduanera del comercio internacional .....	138
5.7 Gestión de las operaciones de exportación: Flujograma .....	142
5.8 Gestión de las operaciones de producción del bien o servicio a ejecutar: Flujograma .....	143
6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO .....	145
6.1 Inversión Fija .....	145
6.1.1 Activos Tangibles.....	145
6.1.2 Activos Intangibles.....	146
6.2 Capital de trabajo.....	148
6.3 Inversión total .....	150
6.4 Estructura de inversión y financiamiento .....	151
6.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito .....	154
6.6 Presupuestos de costos.....	156
6.7 Punto de equilibrio .....	160
6.8 Tributación de la exportación.....	162
6.9 Presupuesto de ingresos .....	162
6.10 Presupuesto de egresos.....	163
6.11 Flujo de caja proyectado .....	166
6.11.1 Flujo de caja económico.....	166
6.11.2 Flujo de caja financiero.....	167
6.12 Estado de ganancias y perdidas .....	168
6.13 Evaluación de la inversión.....	169
6.13.1 Evaluación económica.....	169
6.13.2 Evaluación financiera.....	170
6.13.3 Evaluación social.....	171



6.13.4 Impacto ambiental .....	171
6.14 Evaluación de costos oportunidad del capital de trabajo .....	171
6.14.1 Costo de oportunidad (COK) .....	171
6.14.2 Costo promedio ponderado de capital (WACC) .....	172
6.15 Cuadro de riesgo del tipo de cambio.....	173
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	174
7.1 Conclusiones .....	174
7.2 Recomendaciones .....	176
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	177
ANEXOS .....	181

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Locales en distritos para ubicación de la empresa.....	16
Tabla 2.Ponderación de factores para la localización de la empresa.....	17
Tabla 3. Costos, plazos y requisitos para la licencia de funcionamiento .....	19
Tabla 4. Matriz FI.....	20
Tabla 5. Matriz FE .....	21
Tabla 6.Matriz FODA .....	22
Tabla 7. Características de las micro, pequeñas y medianas empresas .....	28
Tabla 8. Perfil profesional de los puestos de la empresa Be Natural Perú S.A.C .....	33
Tabla 9. Cuadro de Asignación Personal de la empresa Be Natural Perú S.A.C.....	34
Tabla 10. Servicio de Terceros de la empresa Be Natural Perú S.A.C .....	35
Tabla 11.Cuadro comparativo de sociedades .....	36
Tabla 12. Aporte de los socios de Be Natural Perú SAC.....	38
Tabla 13. Costos y Plazos para la licencia de funcionamiento en San Miguel .....	41
Tabla 14.Procedimiento para la licencia de funcionamiento en San Miguel.....	41
Tabla 15. Regímenes Tributarios.....	43
Tabla 16.Componentes de la Planilla Electrónica.....	45
Tabla 17.Características de los Regímenes Laborales en el Perú .....	46
Tabla 18. Tratamiento arancelario por subpartida nacional. ....	53
Tabla 19. Subpartida del producto en los EE. UU.....	53
Tabla 20. Exportaciones de la partida 2106907100 por descripción comercial. ....	54
Tabla 21. Proveedores de materia prima. ....	58
Tabla 22.Proveedores de maquila.....	58
Tabla 23. Ficha Técnica Comercial del producto. ....	60
Tabla 24. Principales importadores a nivel mundial de la partida 210690 .....	61
Tabla 25.Principales mercados de exportaciones peruanas para la partida 2106907100.62	
Tabla 26.Matriz de selección de mercados.....	64
Tabla 27.Población de los Estados de USA .....	67
Tabla 28. Población de las principales ciudades estadounidenses. ....	68
Tabla 29.Principales estados consumidores de la P.A 2106909887 en Estados Unidos .	68
Tabla 30.Principales estados consumidores de la P.A. 2106909887 en Estados Unidos	69
Tabla 31.Matriz de selección de mercados – Microsegmentación.....	70
Tabla 32.Análisis de matriz de selección – Microsegmentación.....	70
Tabla 33. Distribución del PIB del estado de Nueva York .....	72
Tabla 34.Indicadores Demográficos de las principales ciudades de Nueva York. ....	73
Tabla 35. Medición de mercado objetivo.....	74
Tabla 36.Demanda total del producto. ....	75
Tabla 37. Demanda potencial de infusiones en la ciudad de New York. ....	75
Tabla 38.Distribuidores que importan con la partida 2106.90.9887 a New York .....	76
Tabla 39.Distribuidores de alimentos en New York.....	76
Tabla 40.Ventas de salud y bienestar por categoría: valor 2014-2019. ....	79
Tabla 41.Toneladas exportadas de los principales países exportadores para la partida 210690 .....	80
Tabla 42.Valores unitarios por tonelada para la partida 210690 .....	80
Tabla 43.Total de exportaciones peruanas de la partida 2106907100 a nivel mundial .....	81
Tabla 44.Valores unitarios por tonelada para la partida 2106907100. ....	81

Tabla 45.Principales empresas peruanas que exportan la partida 2106.90.71.00 hacia el mundo. ....	82
Tabla 46. Empresas peruanas que exportan la partida 2106.90.71.00 hacia Estados Unidos. ....	84
Tabla 47. Principales importaciones de Estados Unidos de la partida 2106.90.98.87 .....	85
Tabla 48. Principales importaciones de EE. UU de la partida 2106.90.98.87 .....	86
Tabla 49. Métodos de mínimos cuadrados .....	86
Tabla 50. Demanda proyectada del mercado de Nueva York .....	88
Tabla 51. Proyección de las exportaciones de la empresa Be Natural Perú SAC.....	88
Tabla 52. Rueda de negocios internacional.....	94
Tabla 53. Medidas del empaque del producto.....	100
Tabla 54. Información de Etiqueta.....	106
Tabla 55. Proveedores de Be Natural Perú S.A.C.....	110
Tabla 56. Criterios para la selección de la empresa proveedora de materia prima. ....	111
Tabla 57. Ponderación para la selección de la empresa proveedora de materia prima. .	111
Tabla 58. Criterios para la elección del proveedor de maquila .....	112
Tabla 59. Ponderación para la selección de la empresa maquiladora .....	112
Tabla 60. Criterios para la selección de proveedor de cajas de cartón corrugado.....	113
Tabla 61. Ponderación para la selección de proveedor de cajas de cartón corrugado ...	113
Tabla 62. Criterios para la selección del Operador Logístico.....	119
Tabla 63. Ponderación para la selección del Operador Logístico .....	119
Tabla 64. Cuadro de ponderación para la selección del medio de transporte .....	121
Tabla 65. Tipos de póliza de seguro de transporte terrestre.....	121
Tabla 66. Principales precios a nivel mundial de la partida 210690. ....	124
Tabla 67. Principales precios de las exportaciones peruanas de la partida 2106907100.124	124
Tabla 68. Principales precios de empresas peruanas que exportan en la partida 2106907100. ....	125
Tabla 69. Determinación del precio para los filtrantes de hierbas aromáticas en FOB. ..	126
Tabla 70. Determinación del precio para los filtrantes de hierbas aromáticas en FCA. ..	127
Tabla 71. Información del plan para elaboración del contrato internacional.....	130
Tabla 72. Responsabilidades vendedor y comprador según Incoterm FOB 2020. ....	134
Tabla 73. Activos tangibles.....	145
Tabla 74. Depreciación de activos tangibles. ....	146
Tabla 75. Activos intangibles.....	147
Tabla 76. Amortización de activos intangibles.....	148
Tabla 77. Capital de trabajo.....	149
Tabla 78. Inversión total. ....	150
Tabla 79. Estructura de la inversión.....	151
Tabla 80. Aporte de los accionistas.....	152
Tabla 81. Estructura de financiamiento. ....	152
Tabla 82. Estructura de Financiamiento CMCP Lima. ....	152
Tabla 83. Cuadro de amortización de deuda. ....	153
Tabla 84. Tasa de interés promedio anual del sistema de cajas municipales. ....	154
Tabla 85. Costo de Producto tercerizado (filtrantes de hierbas aromáticas).....	156
Tabla 86. Costos de exportación. ....	157
Tabla 87. Materiales indirectos. ....	157
Tabla 88. Gastos de personal. ....	158
Tabla 89. Gastos fijos. ....	158

Tabla 90. Gastos administrativos.....	159
Tabla 91. Gasto de ventas.....	159
Tabla 92. Costos fijos.....	160
Tabla 93. Costos variables.....	160
Tabla 94. Costos totales.....	160
Tabla 95. Estructura de precio.....	161
Tabla 96. Ventas en los próximos años.....	162
Tabla 97. Saldo a favor del exportador.....	162
Tabla 98. Tasa de inflación de los próximos cinco años.....	163
Tabla 99. Costos variables.....	163
Tabla 100. Presupuesto proyectado de materiales indirectos.....	164
Tabla 101. Presupuesto proyectado de gastos de personal.....	164
Tabla 102. Presupuesto proyectado de gastos fijos.....	165
Tabla 103. Presupuesto proyectado de gastos administrativos.....	165
Tabla 104. Presupuesto proyectado de gastos de ventas.....	165
Tabla 105. Flujo de caja económico de Be Natural Perú S.A.C.....	166
Tabla 106. Flujo de caja financiero de Be Natural Perú S.A.C.....	167
Tabla 107. Estado de ganancias y pérdidas.....	168
Tabla 108. Resultados económicos.....	169
Tabla 109. Periodo de recuperación económica.....	169
Tabla 110. Resultados financieros.....	170
Tabla 111. Periodo de recuperación financiera.....	170
Tabla 112. Aporte propio de Be Natural Perú S.A.C.....	172
Tabla 113. Distribución del costo de oportunidad (COK).....	172
Tabla 114. Costo Promedio ponderado de Capital.....	172
Tabla 115. Análisis de sensibilidad con tipo de cambio.....	173

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Actividad Principal del código CIIU .....	16
Figura 2. Ubicación de la empresa Be Natural Perú S.A.C. ....	18
Figura 3. Distribución de ambientes de la empresa Be Natural Perú S.A.C. ....	18
Figura 4. Valores de la empresa Be Natural Perú S.A.C. ....	25
Figura 5. Principios de la empresa Be Natural Perú S.A.C. ....	26
Figura 6. Organigrama de la empresa Be Natural Perú S.A.C. ....	30
Figura 7. Tipo de Personas Jurídicas. ....	36
Figura 8. Nombre de la Marca de Be Natural Perú SAC. ....	39
Figura 9. Modalidades básicas de contratación. ....	48
Figura 10. Marca de la empresa Be Natural Perú SAC. ....	52
Figura 11. Clasificación arancelaria entre Perú – Estados Unidos .....	54
Figura 12. Cadena de Valor de Porter .....	56
Figura 13. Lienzo de la Propuesta de Valor (B2B).....	59
Figura 14. Estrategias de segmentación de Philip Kotler. ....	89
Figura 15. Principales ferias del rubro alimenticio, New York. ....	93
Figura 16. Consejero Comercial de Perú en Estados Unidos. ....	95
Figura 17. Ubicación de la empresa Be Natural Perú S.A.C. ....	97
Figura 18. Distribución de ambientes de la empresa Be Natural Perú S.A.C. ....	98
Figura 19. Presentación de Herbal Mix.....	99
Figura 20. Medidas del empaque del producto “Herbal Mix”.....	100
Figura 21. Medidas de los pallets a usar para la exportación de “Herbal Mix”.....	101
Figura 22. Distribución de las cajas en los pallets para la exportación de “Herbal Mix”...	102
Figura 23. Paletización del producto “Herbal Mix” con Stretch film.....	103
Figura 24. Información nutricional de Herbal Mix.....	104
Figura 25. Preparación del producto Herbal Mix.....	105
Figura 26. Marcas de Manipuleo.....	107
Figura 27. Marcado de caja del producto “Herbal Mix”. ....	108
Figura 28. Diagrama de flujo de producción de “Herbal Mix”.....	114
Figura 29. Requisitos de acceso al mercado objetivo en Perú.....	116
Figura 30. Requisitos de acceso al mercado de Estados Unidos. ....	117
Figura 31. Certificaciones y Trazabilidad.....	118
Figura 32. Cuantificación de demora. ....	120
Figura 33. Tiempo de Tránsito del Puerto Callao a Puerto de New York.....	120
Figura 34. Modelo de cotización de Be Natural Perú S.A.C.....	129
Figura 35. Factura comercial de Be Natural Perú SAC.....	132
Figura 36. Flujograma de la dinámica de la transferencia internacional. ....	136
Figura 37. Tarifa de transferencia internacional. ....	136
Figura 38. Flujograma de exportación de Be Natural Perú S.A.C.....	142
Figura 39. Flujograma de maquila de filtrantes de hierbas aromáticas. ....	143
Figura 40. Flujograma de comercialización de filtrantes de hierbas aromáticas.....	144

## RESUMEN EJECUTIVO

Be Natural Perú S.A.C. ingresará al mercado con un producto natural pensando en el bienestar del consumidor. La empresa comercializará y exportará filtrantes de hierbas aromáticas. Cada presentación tendrá en su interior cinco variedades de hierbas aromáticas tales como: matico, manzanilla, hierba luisa, cedrón y boldo, empaquetado en cajitas de 25 filtrantes, el cual tendrá como destino el mercado de Nueva York - Estados Unidos.

Be Natural Perú ha sido constituida jurídicamente como una Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.) con el fin de limitar de responsabilidades a los socios; asimismo, es la más recomendada para las microempresas. Al ser una empresa que recién iniciará sus operaciones, se acogerá a la “Ley Mype” que es el Régimen Laboral Especial de la Microempresa, esto ayudará a reducir el costo laboral y lo más importante es que el empleado se sentirá seguro pues contará con un empleo formal que les reconocerá ciertos beneficios sociales que indica este régimen.

Acorde al estudio de mercado realizado al país objetivo Estados Unidos, se observa que es uno de los principales importadores de la partida 2106907100; asimismo, es importante considerar que Perú y Estados Unidos cuentan con un Acuerdo de Promoción Comercial, que establecen facilidades y preferencias en cuanto al acceso de diferentes productos, incluyendo la liberación total del pago de aranceles. Siendo el producto por exportar beneficiado por el presente acuerdo.

En el presente plan de negocio se ha desarrollado cinco capítulos: organización y aspectos legales, marketing internacional, logística internacional, comercio internacional y plan económico-financiero.

En el primer capítulo, plan de organización y aspectos legales, se desarrolla información sobre la constitución de la empresa considerando aspectos legales, tributarios, laborales, ubicación y distribución, factibilidad municipal y sectorial, objetivos y principios de la empresa, estructura orgánica, contratos laborales y comerciales bajo los que se contratará al personal y proveedores, entre otros.

En el segundo capítulo, plan de marketing internacional, se detalla la descripción del producto, el análisis del mercado objetivo que es Nueva York – Estados Unidos,

el análisis de la oferta y la demanda, el perfil del consumidor que son personas de 25 a 60 años, estrategias de promoción, estrategias de ventas y distribución.

En el tercer capítulo, plan de logística internacional, se detalla la presentación del producto a exportar como es el envase, empaque y embalaje, el rotulado, marcado y la unitarización; asimismo la cadena de distribución física internacional y seguro de mercancía.

En el cuarto capítulo, plan de comercio internacional, se detalla el método de fijación de precios y se indica el precio FOB unitario de los filtrantes de hierbas aromáticas; asimismo, se presenta la cotización enviada al cliente, el contrato de compraventa internacional que la empresa va a utilizar, la elección del Incoterm® 2020 FOB, el medio de pago será por medio de transferencia internacional, la elección del régimen de exportación, trámite aduanero, entre otros puntos importantes.

En el quinto capítulo, plan económico financiero, se detalla toda la información de carácter económica y financiera del plan de negocio, se ha analizado si éste cumple con las condiciones de rentabilidad, solvencia y liquidez necesaria para evitar pérdidas y asegurar el éxito. Los puntos tratados son: la inversión fija, el capital de trabajo, la estructura de la inversión y el financiamiento, las fuentes financieras y condiciones de crédito, presupuesto de costos, ingresos y egresos, punto de equilibrio, flujo de caja, estado de ganancias y pérdidas, evaluación de la inversión, evaluación de costos y finalmente el cuadro de riesgo del tipo de cambio.

La inversión inicial del presente proyecto es de S/. 119,534.36, el aporte propio es de S/. 69,329.93 equivalente al 58% y el financiamiento es de S/. 50,204.43 equivalente al 42% a 36 meses. El VAN financiero es de S/. 123,499.41 y el TIR financiero 72.51% y el B/C 2.78, confirmando que el plan de negocio es solvente, viable y rentable.

# 1. ESTRUCTURA DEL PLAN

<p><b>Socios Claves</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores de materia prima de las hierbas aromáticas como la empresa AGRO-EXPORT TOPARA S.A.C., servicio de maquila la empresa PERUVIAN NATURE S &amp; S S.A.C y proveedor de cajas de cartón corrugado la empresa Cartones Villa Marina S.A. (CARVIMSA).</li> <li>• Organizaciones del Estado: PROMPERU, ADEX, MINCETUR, SUNAT.</li> <li>• Operador Logístico: INCALINES.</li> <li>• Bróker en el país destino.</li> </ul>	<p><b>Actividades Claves</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Be Natural Perú S.A.C cuenta con dos proveedores alternativos por si surgiera algún inconveniente, problemas de abastecimiento o negativa de despacho por parte de los principales proveedores.</li> <li>• Definir un buen envase, que sea atractivo para el cliente y un correcto empaque y embalaje para una manipulación segura.</li> <li>• Mercadeo y trazabilidad adecuada de la promoción del producto “Herbal Mix”.</li> </ul>	<p><b>Propuesta de valor</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto natural y funcional que posee un agradable aroma y sabor.</li> <li>• El producto contiene una variedad de hierbas tales como: hierba luisa, manzanilla, cedrón, boldo y matico, los cuales tienen diversos beneficios a la salud para el consumidor.</li> <li>• La presentación del producto es en envase de cartón que contiene 25 unidades de filtrantes, cada cajita tendrá 5 variedades de hierbas. El embalado será en cajas de cartón corrugado para un manipuleo seguro.</li> <li>• Calidad del producto y servicio post venta.</li> <li>• El producto es de fácil uso y se puede consumir frío o caliente, de acuerdo con la preferencia del consumidor.</li> </ul>	<p><b>Relación con los Clientes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio pre y post venta, comunicación constante con el cliente (comunicación telefónica y correo).</li> <li>• Página web con información del producto, como su origen, usos, beneficios e información de la empresa.</li> <li>• Participación en ferias y ruedas de negocios para lograr captar nuevos clientes.</li> <li>• Publicidad y promociones que permitan que el producto se mantenga en el mercado.</li> </ul>	<p><b>Segmentos de Mercado</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los principales clientes de la empresa Be Natural Perú S.A.C son distribuidores de productos alimenticios en Nueva York – Estados Unidos y ellos serán quienes vendan el producto a los supermercados, minimarket, restaurantes y demás sectores de alimentos dentro del mercado destino.</li> <li>• El producto está dirigido a personas entre los 25 a 60 años.</li> </ul>
<p><b>Estructura de Costos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costo de maquila o tercerización.</li> <li>• Costos de exportación.</li> <li>• Costo de Materiales Indirectos.</li> <li>• Gastos fijos.</li> <li>• Gastos de personal.</li> <li>• Gastos administrativos.</li> <li>• Gastos de ventas.</li> </ul>		<p><b>Fuentes de Ingreso</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiamiento del aporte propio de los accionistas.</li> <li>• Financiamiento de un préstamo bancario.</li> </ul>		



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

### **2.1 Nombre o Razón Social**

El nombre de la razón social de la empresa es Be Natural Perú S.A.C. Al ser el mercado objetivo Nueva York - Estados Unidos, se ha optado usar el inglés como nombre comercial dado que, es un idioma universal e imprescindible en el comercio internacional.

El nombre hace referencia a lo natural y saludable. Cada vez más personas se están preocupando por llevar una sana alimentación, libre de químicos y de cultivo natural. Lo natural no es una moda, es el resultado de la concientización a nivel global de los beneficios que aportan los productos naturales y del cuidado al medio ambiente.

El tipo de empresa elegido será la de Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.), por ser la apropiada para una empresa que recién inicia operaciones. Después de ser consignada la razón social en registros públicos y ante SUNAT, se obtiene el RUC, lo cual lo hace formal y exclusivo.

**Razón Social:** BE NATURAL PERU S.A.C

**RUC** : 20200475954

### **2.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)**

Según (INEI, 2010) señala que *“es una clasificación de actividades cuyo alcance abarca a todas las actividades económicas, las cuales se refieren tradicionalmente a las actividades productivas, es decir, aquellas que producen bienes y servicios”* (p.8).

El CIIU es el sistema de Clasificación Industrial Internacional Uniforme, el cual tiene como objetivo proporcionar un conjunto de categorías de actividad que pueda utilizarse para la elaboración de estadísticas por actividades; es decir, brinda un conjunto de categorías de actividad de tal modo que las entidades puedan clasificarse según la actividad económica que realizan.

De acuerdo con el CIIU, el código de la actividad económica para la exportación de filtrante de hierba luisa, manzanilla, cedrón, boldo y matico de la empresa Be Natural Perú S.A.C., se clasifica de la siguiente manera:



Figura 1. Actividad Principal del código CIIU  
Fuente: Elaboración Propia, según INEI.

## 2.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

### 2.3.1 Ubicación

Para iniciar con las actividades de la empresa, es imprescindible pensar cuál es la ubicación en la que se quiere situar el negocio. La elección del lugar es de vital importancia ya que determinan una gran parte el éxito económico y factores acerca de la competitividad de la empresa.

Se realizó un análisis para determinar la mejor ubicación del negocio, de acuerdo con el método cuantitativo de valoración, y se tomó en cuenta una serie de factores que se evaluaron en cada una de las posibles localizaciones que se identificaron. Los posibles locales que se han presentado, se categorizaron de acuerdo con los distritos donde están ubicados, de acuerdo con el detalle a continuación:

Tabla 1. Locales en distritos para ubicación de la empresa

Locales	Distritos
A	San Miguel
B	La Perla (Callao)
C	Los Olivos
D	Cercado de Lima

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con lo que se observa en la Tabla N° 1, se presentan cuatro posibles locales, ubicados en distritos diferentes, que son: San Miguel, La Perla (Callao), Los Olivos y Cercado de Lima. Una vez que se determinaron estas opciones de locales, se procedió a identificar los factores de evaluación, que deben tener una relación directa con cada establecimiento, los cuales son: Cercanía al puerto del Callao, proximidad a proveedores, costos para el establecimiento, seguridad en la zona y la distancia a zonas comerciales.

Tabla 2. Ponderación de factores para la localización de la empresa  
Calificación: 1 malo – 5 muy bueno

<b>Factores</b>	<b>Peso relativo</b>	<b>Calificación</b>			
		<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
Proximidad a proveedores	25.00%	3	2	2	4
Cercanía al puerto	25.00%	4	4	3	2
Acceso a servicios	20.00%	4	4	3	3
Costos de alquiler del local	15.00%	1	2	4	3
Seguridad	15.00%	4	2	3	2
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>3.3</b>	2.9	2.9	2.85

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 2, se otorgó un peso relativo a cada uno de los factores antes mencionados y de acuerdo con esto, se ponderó a cada escala de calificación para cada uno de los posibles locales. Luego de realizar las ponderaciones, la calificación quedó de la siguiente manera: El local en el distrito de San Miguel obtuvo 3.3 puntos, el local en el distrito de La Perla (Callao) obtuvo 2.9 puntos, el local en el distrito de Los Olivos obtuvo 2.9 puntos y, por último, el local en el distrito de Cercado de Lima obtuvo 2.85 puntos. De acuerdo con el resultado de la ponderación, se ha decidido ubicar el local en el distrito de San Miguel, puesto que fue el distrito que obtuvo mayor puntaje.

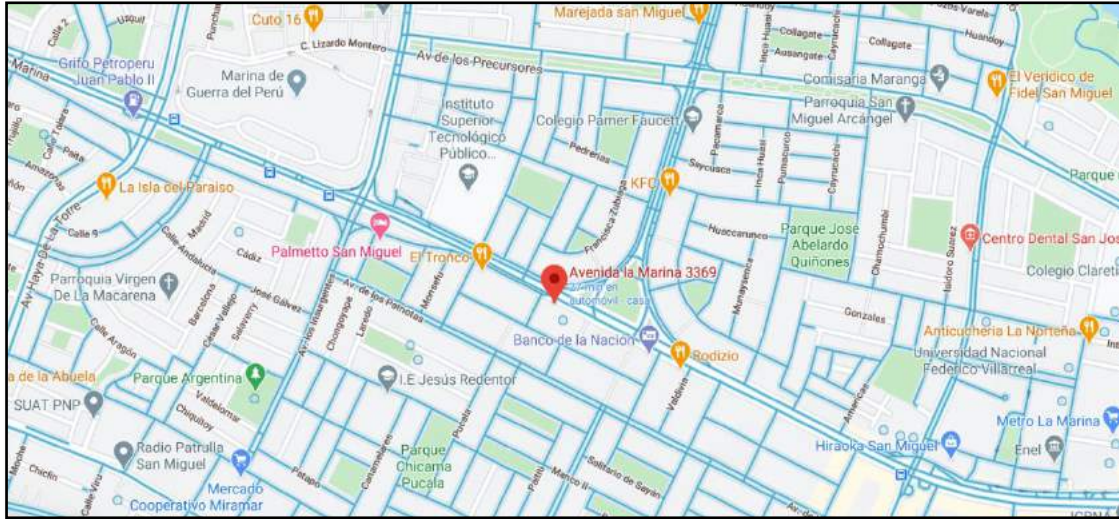


Figura 2. Ubicación de la empresa Be Natural Perú S.A.C.  
Fuente: Google Maps.

Como se observa en la Figura N° 2, la ubicación del negocio se va a encontrar en la Av. La Marina 3369 – San Miguel.

La empresa Be Natural Perú SAC, tendrá la siguiente distribución:

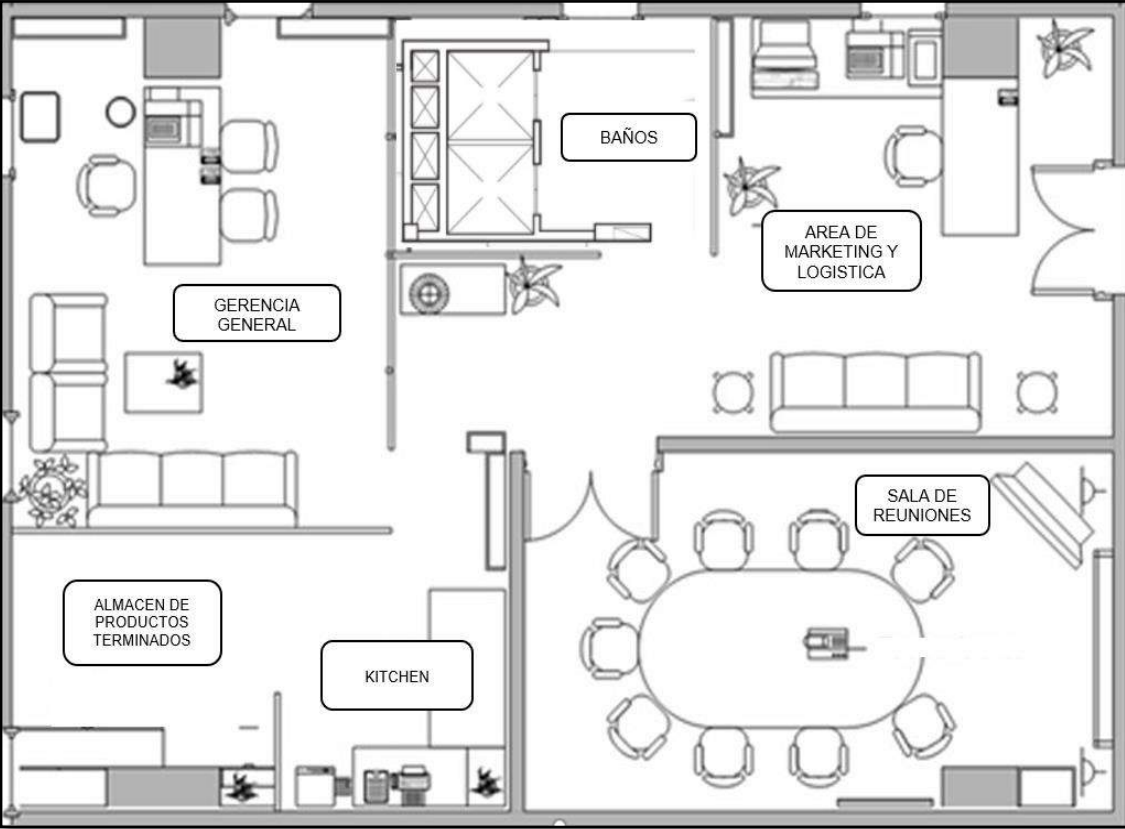


Figura 3. Distribución de ambientes de la empresa Be Natural Perú S.A.C.  
Fuente: Elaboración Propia.

### 2.3.2 Factibilidad municipal

Para el funcionamiento de la empresa, es necesario obtener el permiso municipal del distrito de San Miguel, lugar donde estará ubicada la empresa Be Natural Perú S.A.C.

Según la normativa de la municipalidad de San Miguel, la licencia de funcionamiento para un local tiene la siguiente base legal:

- Ley N° 28976 – Ley marco de licencia de funcionamiento.
- Ley N° 30230 - Ley que establece medidas tributarias, simplificación de procedimientos y permisos para la promoción y dinamización de la inversión en el país.
- Ordenanza municipal N° 139/MDSM

Tabla 3. Costos, plazos y requisitos para la licencia de funcionamiento

Costo (100 hasta 500mt)	<b>S/. 242.60</b>
Plazo de entrega:	10 días hábiles.
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"><li>- Solicitud de Licencia de Funcionamiento: RUC y DNI.</li><li>- Copia de la vigencia de poder del representante legal.</li><li>- Declaración Jurada de observancia de condiciones de seguridad (hasta 100 m2) o ITSE de Detalle o Multidisciplinaria (más de 500 m2).</li><li>- Pago de la tasa de acuerdo con lo especificado en el Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA).</li></ul>

Fuente: Elaboración propia en base a la Municipalidad de San Miguel.

### 2.3.3 Factibilidad sectorial

De acuerdo con la Ley N°28976 - “Ley Marco de Licencia de Funcionamiento”, no es necesario un certificado de zonificación o compatibilidad de uso para obtener la licencia de funcionamiento, pero si se realizará una inspección de defensa civil

cuya facultad está a cargo de la municipalidad. Esta inspección consiste en la verificación de forma ocular del cumplimiento o incumplimiento de las normas de seguridad.

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

### 2.4.1 Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA)

#### Factores Internos

Tabla 4. Matriz FI

Calificación: 1 muy malo – 5 muy bueno

<b>FACTORES DETERMINANTES</b>		<b>PESO</b>	<b>VALOR</b>	<b>PONDERACIÓN</b>
<b>DE ÉXITO</b>				
<b>FORTALEZAS</b>				
1	Conocimiento de precios de venta de la competencia.	15%	4	0.60
2	Disponibilidad de insumos todo el año.	9%	3	0.27
3	Conocimiento del proceso de exportación (Know – How)	10%	3	0.30
4	Producto con valor agregado.	12%	4	0.48
5	Diversificación de proveedores.	7%	3	0.21
6	Personal capacitado.	8%	3	0.24
7	Tendencia de consumo de productos naturales.	6%	3	0.18
Sub- total		<b>67%</b>		<b>2.28</b>
<b>DEBILIDADES</b>				
1	Baja inversión en promoción y publicidad con respecto a otras empresas.	8%	4	0.32
2	No se cuenta con historial crediticio.	6%	3	0.18
3	Ventas limitadas en los primeros meses.	5%	3	0.15
4	Falta de diversificación de productos.	3%	2	0.06
5	Empresa nueva en el mercado.	3%	3	0.09
6	Recursos financieros limitados.	5%	2	0.10
7	Marca nueva en el mercado.	3%	4	0.12
Sub – total		<b>33%</b>		<b>1.02</b>
<b>Total</b>		<b>100%</b>		<b>3.32</b>

Fuente: Elaboración Propia.

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

## Factores Externos

Tabla 5. Matriz FE

Calificación: 1 muy malo – 5 muy bueno

FACTORES DETERMINANTES DE ÉXITO		PESO	VALOR	PONDERACIÓN
<b>OPORTUNIDADES</b>				
1	Estabilidad económica.	15%	4	0.60
2	TLC con Estados Unidos.	13%	5	0.65
3	Riesgo país favorable.	5%	2	0.10
4	PBI per cápita.	5%	3	0.15
5	Uso de E-commerce.	7%	3	0.21
6	Aumento de consumo de productos naturales.	10%	4	0.40
7	Preferencia Arancelaria.	8%	3	0.24
<b>SUB – TOTAL</b>		<b>63%</b>		<b>2.35</b>
<b>AMENAZAS</b>				
1	Experiencia de otras empresas exportadoras.	7%	3	0.21
2	Entrada de nuevos competidores.	5%	4	0.20
3	Alza de costos en el transporte internacional.	4%	3	0.12
4	Crisis económica.	5%	3	0.15
5	Decrecimiento del mercado.	5%	2	0.10
6	Desconfianza en el producto novedoso.	6%	2	0.12
7	Venta de productos sustitutos.	5%	4	0.20
<b>SUB – TOTAL</b>		<b>37%</b>		<b>1.1</b>
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>		<b>3.45</b>

Fuente: Elaboración Propia.

La ponderación hallada en cuanto a oportunidades y amenazas, nos indica ciertos factores externos que no pueden ser controlados a fin de crear estrategias evaluando información económica, social, cultural, ambiental, demográfica, política, tecnológica, etc.; para poder aprovechar las oportunidades que se presenten haciendo frente al impacto de las amenazas.

Tabla 6.Matriz FODA

<p><b>Factores Externos</b></p>	<p><b>Fortalezas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Conocimiento de precios de venta de la competencia.</li> <li>2.Producto con valor agregado.</li> <li>3.Conocimiento del proceso de exportación (Know – How).</li> <li>4.Disponibilidad de insumos todo el año.</li> </ol>	<p><b>Debilidades</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Baja inversión en promoción y publicidad con respecto a otras empresas.</li> <li>2.No se cuenta con historial crediticio.</li> <li>3.Ventas limitadas en los primeros meses.</li> <li>4.Marca nueva en el mercado.</li> </ol>
	<p><b>Oportunidades</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Estabilidad económica.</li> <li>2.TLC con Estados Unidos.</li> <li>3.Aumento de consumo de productos naturales.</li> <li>4. Uso de E-commerce.</li> </ol>	<p><b>Estrategias FO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Exportar el producto y aprovechar los beneficios que brinda el TLC con EE.UU. (F3,O2).</li> <li>2.Aprovechar el valor agregado del producto para ingresar al mercado de productos naturales. (F2,O3)</li> <li>3. Asignar un p/v que se encuentre dentro del rango de nuestros competidores, teniendo en cuenta la economía del país. (F1,O1)</li> </ol>
<p><b>Amenazas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Experiencia de otras empresas exportadoras.</li> <li>2.Entrada de nuevos competidores.</li> <li>3.Crisis económica.</li> <li>4. Desconfianza en el producto novedoso.</li> </ol>	<p><b>Estrategias FA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Estar a la vanguardia con la información a fin de diferenciarnos con los competidores. (F3,A1)</li> <li>2. Contar con un precio atractivo y producto novedoso para marcar diferencia de los nuevos competidores. (F1,A2)</li> <li>3. Ofrecer al mercado objetivo un producto novedoso y de calidad. (F2,A4)</li> </ol>	<p><b>Estrategias DA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Participar en ferias internacionales con ayuda de instituciones peruanas que promueven la exportación, para mostrar las cualidades del producto, así captar clientes potenciales. (D1,A4)</li> <li>2.Incrementar las ventas del producto de manera progresiva. (D3,A1)</li> <li>3.Utilizar los beneficios del producto “Herbal Mix” para competir con las nuevas empresas. (D4,A2)</li> </ol>

Fuente: Elaboración Propia.



### **2.4.2 Objetivos**

Los objetivos de la empresa Be Natural Perú SAC. como exportadores de filtrante de hierba luisa, manzanilla, cedrón, boldo y matico, son los siguientes:

#### **Objetivo general:**

Determinar la viabilidad de exportación de filtrantes de hierba luisa, manzanilla, cedrón, boldo y matico para el mercado de Nueva York - Estados Unidos.

#### **Objetivos específicos:**

- Aumentar las ventas del producto en los próximos tres años, captando nuevos clientes mediante la participación en ferias internacionales y ruedas de negocio.
- Presentar el producto con marca propia a partir del segundo año de inicio de actividades.
- Incrementar el nivel de ventas en un 4% para el año 2023.
- Reconocer de manera oportuna importantes alianzas estratégicas con distribuidoras y otros agentes claves en el mercado objetivo.
- Disminuir la alta rotación del personal a través de un incremento porcentual en el sueldo anual.
- Determinar precios de los agentes claves que participan en el proceso logístico a fin de optimizar costos durante el 2021.
- Fortalecer la oferta exportable a través de la búsqueda de proveedores y cultura exportadora.

### **2.4.3 Misión**

Según (Thompson I., 2006) menciona que, la misión es el propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa.

Por consiguiente, la misión de la empresa Be Natural Perú S.A.C., se detalla a continuación:

“Somos una empresa peruana que se dedica a la exportación de filtrantes de hierbas aromáticas; comprometidos a satisfacer las necesidades de nuestros

clientes ofreciendo productos saludables, con altos estándares de calidad y cero impactos ambientales.”

#### **2.4.4 Visión**

Según (García I., 2017) indica que, la visión menciona las metas y propósitos que establece una empresa y que espera cumplir a largo plazo.

Por consiguiente, la visión de la empresa Be Natural Perú S.A.C., se detalla a continuación:

“Llegar a ser una empresa reconocida y posicionada en el mercado para el año 2024, con el compromiso de satisfacer las necesidades de nuestros clientes, con productos de la más alta calidad y ser su primera opción de compra.”

#### **2.4.5 Valores**

Según (Jiménez J., 2008) indica que, los valores son principios que permiten orientar el comportamiento de una persona; es decir, es parte esencial de cada identidad.

Por lo tanto, los valores de una empresa son el conjunto de principios éticos y profesionales mediante los cuales esta entidad elige guiar sus actividades.

A continuación, se detalla los valores de la empresa Be Natural Perú SAC:



Figura 4. Valores de la empresa Be Natural Perú S.A.C.

Fuente: Elaboración Propia.

- **Dedicación al Trabajo:** Fomentar una cultura de trabajo donde el esfuerzo y dedicación de los colaboradores se oriente a brindar un producto de la más alta calidad para asegurar la satisfacción de nuestros clientes.
- **Cultura del Éxito:** Trazar objetivos exigentes y trabajar arduamente hasta alcanzarlos.
- **Respeto:** Respetar a nuestros colaboradores, clientes, proveedores, medioambiente y comunidad; asimismo, valorar todas las opiniones e ideas de nuestros colaboradores.
- **Confianza:** Crear ambientes en la cual los colaboradores se sientan seguros de sí mismos, confiando en ellos y su talento.
- **Liderazgo:** Ser apasionados en todo lo que se realiza, contar con espíritu ganador y coraje para innovar y atreverse a hacer las cosas diferentes.

- **Trabajo en Equipo:** Colaborar, sumar esfuerzos a fin de multiplicar los logros.

#### 2.4.6 Principios

Según (Nicuesa M., 2018) indica que, los principios son el conjunto de valores, creencias, y normas, que dirigen y regulan la vida de una persona o de una organización.

Los principios que considera la empresa para mantener el adecuado funcionamiento de sus actividades son los siguientes:



Figura 5.Principios de la empresa Be Natural Perú S.A.C.

Fuente: Elaboración Propia.

- **Cuidado del medio ambiente:** Mantener de manera continua la práctica de preservación y mejora del medio ambiente.
- **Desarrollo y bienestar del recurso humano:** Proporcionar una adecuada calidad de vida a los trabajadores, brindarles los servicios y recursos que los valoren como personas.

- **Cultura de calidad:** Perfeccionar los procesos, a través de una mejora continua, para lograr eficacia, eficiencia y productividad buscando alcanzar la excelencia, en beneficio y satisfacción de nuestro personal y clientes.
- **Cultura de Servicio:** Destacar por el alto nivel de calidad de servicio que se les brinda a nuestros clientes antes y después de la compra.
- **Cultura de la Innovación:** Ofrecer desarrollo, mejora e innovación en nuestros productos, servicios y procesos que ofrece la empresa.
- **Pensamiento Estratégico:** Analizar tendencias, realizar estrategias de corto, mediano y largo plazo e innovar creando las soluciones más eficientes, seguras y rentables.

#### **2.4.7 Cultura Organizacional y Política**

Según (Sheen R., 2016) Es el modo de pensar, ser y actuar de una organización; es decir, es lo que hace actuar a sus integrantes de una manera particular, establece lo que está o no permitido en ella, dirige la conducta de la organización en toda circunstancia y con todos los grupos de interés.

La cultura organizacional de Be Natural Perú SAC. orientará el comportamiento de los colaboradores hacia el cumplimiento de los objetivos propuestos. Para su logro de una manera efectiva, es imprescindible plantear políticas empresariales, a continuación, se precisan las más relevantes:

- ✓ El horario administrativo de los colaboradores será de lunes a viernes de 08:30 a 17:30 horas y los sábados de 09:00 a 13:00 horas.
- ✓ El registro de asistencia es obligatorio y deben de realizarlo al ingreso y salida de las instalaciones.
- ✓ El uso del fotocheck es imprescindible y debe ser visible.
- ✓ Todos los colaboradores deben vestir de manera casual e impecable.
- ✓ La remuneración de los colaboradores se efectuará cada fin de mes.
- ✓ Se realizará reuniones cortas todos los días con todo el personal para poder realizar sesiones de feedback, con el fin de mejorar el desarrollo de las actividades, aprender de los errores cometidos, corregirlos y enmendarlos.

- ✓ Se brindará capacitaciones previas en cuanto a conocimientos o procesos modernos a fin de contribuir con el correcto funcionamiento de la empresa.
- ✓ Se incentivará a los colaboradores mediante reconocimientos personales por los objetivos alcanzados durante el año.
- ✓ Se fomentará entre los colaboradores la comunicación efectiva. Asimismo, propiciar un agradable ambiente de trabajo que promueva la creatividad, la participación, el intercambio de ideas y el trabajo en equipo, facilitando las condiciones para que el colaborador alcance su máximo potencial en beneficio propio y en conseguir los objetivos y metas de la organización.
- ✓ Para fomentar la integración entre nuestros colaboradores, se realizará paseos y cenas de integración, desayunos laborales, celebración de cumpleaños, entre otras cosas.

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

Según (Atahuaman C., 2013) indica que, la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, tiene como objetivo establecer un marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Tabla 7. Características de las micro, pequeñas y medianas empresas

Ley N° 30056		
Categoría Empresarial	Ventas Anuales en UIT	Ventas Anuales en S/.
Microempresa	Hasta 150 UIT	S/. 645,000
Pequeña empresa	Superior a 150 UIT hasta 1700 UIT	Superior a S/. 645,000 hasta S/. 7'310,000
Mediana empresa	Superior a 1700 UIT hasta 2300 UIT	Superior a S/. 7'310,000 hasta S/. 9'890,000

*\*El monto de las UIT se regula anualmente. Para el año 2020 la UIT es de S/4,300.*

Fuente: Elaboración Propia, según SUNAT.

Como se puede observar en la Tabla N.º 7, la empresa Be Natural Perú S.A.C se acogerá a la Ley Mype de la Microempresa, debido a que las ventas anuales serán hasta 150 UIT.

## **2.6 Estructura Orgánica**

Según (García I., 2018) indica que, la estructura organizacional define las características de la organización y tiene como objetivo establecer autoridad y jerarquía dentro de la compañía.

La finalidad de dicha estructura es establecer un sistema de roles que han de desarrollar los miembros de una empresa para trabajar juntos de forma óptima y alcanzar las metas fijadas en la planificación.

La estructura orgánica de la empresa es de tipo funcional ya que se asigna de forma clara las responsabilidades a cada miembro de la empresa; es decir, separa el trabajo en procesos y actividades que se llevan a cabo para obtener un resultado final. Esta estructura se caracteriza por reducir la duplicidad de funciones y esfuerzos, es flexible debido a que es posible aumentar o reducir personal en cuanto sea necesario.

A continuación, se detalla el organigrama de la empresa Be Natural Perú S.A.C:

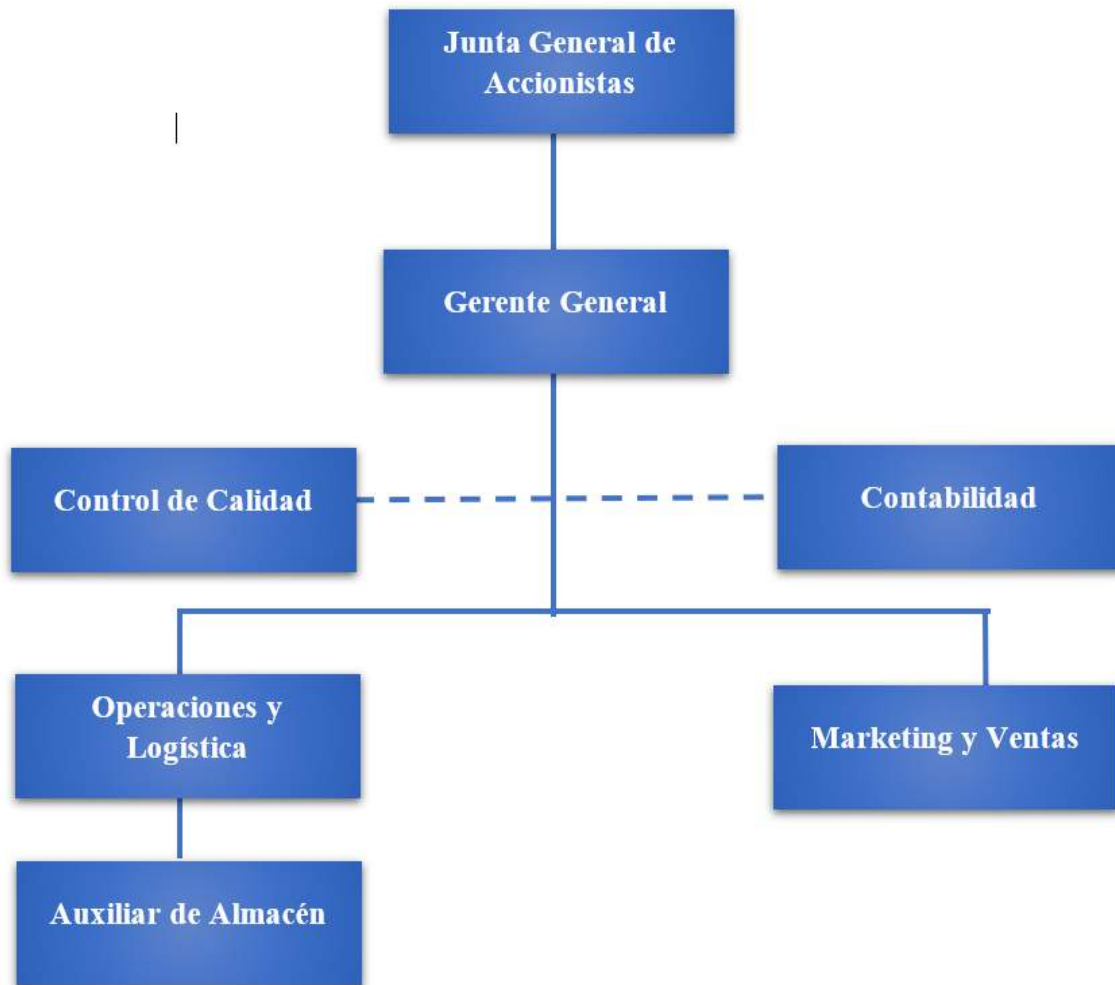


Figura 6. Organigrama de la empresa Be Natural Perú S.A.C.  
Fuente: Elaboración Propia.

### 2.6.1 Principales funciones del personal

Para alcanzar los objetivos de la empresa, cada uno de los puestos detallados en el organigrama deberán llevar a su cargo y cumplir con las funciones específicas que impulsen el crecimiento de la empresa. Por consiguiente, se detallan las funciones principales de cada personal de la empresa Be Natural Perú S.A.C.

#### I. Junta General de Accionistas

La propiedad de una empresa son sus accionistas que poseen una o varias acciones que representan su inversión de recursos en la empresa, es por ello que, es la autoridad máxima dentro de una Sociedad.



En la empresa se está considerando a las personas que aporten con capital de acuerdo con lo indicado para el proyecto. Entre las principales funciones de los accionistas será la toma de decisiones que contribuya con el buen funcionamiento de la empresa.

- Aprobar las cuentas anuales y la distribución del resultado.
- Velar por la transparencia y cumplimiento de los derechos de información de todo accionista.
- Participar en la reunión anual para conocer y aprobar el balance general que son presentados por el gerente general.
- Asegurar el cumplimiento de los principios de la empresa.

## **II. Gerencia General**

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

- Asistir con voz, pero sin voto, a las sesiones de la Junta de Accionistas, asimismo, reportar, planear y coordinar con la Junta las actividades de la empresa.
- Supervisar el buen funcionamiento de todas las áreas de la empresa, delegando adecuadamente funciones y verificando el cumplimiento.
- Decidir en la contratación, selección del personal adecuado para cada cargo.
- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.
- Realizar negociaciones y representar los intereses de la organización ante los proveedores, clientes y distribuidores.

## **III. Asistente de Marketing**

- Analizar e investigar el mercado y desarrollar planes de marketing que se adapten tanto a las particularidades del producto como a las características generales de la empresa.
- Aportar datos e información relevante para el desarrollo de nuevas campañas de marketing.

- Captar nuevos clientes a través de participación en ferias internacionales y ruedas de negocio.
- Elaborar reportes sobre el avance y cumplimiento de los objetivos de venta.
- Ejecutar actividades de promoción, publicidad, marketing directo, y Trade marketing.

#### **IV. Asistente de Operaciones y Logística**

- Responsable de la gestión y planificación de compras de los productos.
- Responsable de todo el proceso de exportación de la mercancía.
- Negociar con los proveedores y agentes aduaneros a fin de optimizar los procesos.
- Coordinar con los proveedores la entrega de los insumos.
- Organizar, dirigir y controlar la recepción, clasificación, verificación y almacenamiento de la mercancía adquirida.
- Ejecutar la transportación del producto, tanto como de carga y descarga.

#### **V. Auxiliar de Almacén**

- Apoyar en el inventario de los productos de almacén para tener un mejor control de los productos salientes y entrantes.
- Ejecutar la recepción, el despacho y almacenamiento de los productos con sumo cuidado.
- Realizar el inventario diario de productos y otros suministros y apoyar en la codificación.
- Cumplir y hacer cumplir las normas y procedimientos de seguridad.
- Mantener los ambientes, equipo y mobiliario de acuerdo con las normas establecidas y realizar la limpieza y el arreglo del área asignada.

### **Servicio a Terceros**

#### **✚ Contabilidad: (Contador)**

- Coordinar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la empresa, tales como, pago de impuestos según el cronograma de pagos de la SUNAT.
- Realizar el registro de compras, gastos, ventas y declaración de impuestos.
- Procesar y actualizar la información contable-financiera.

- Emitir periódicamente reportes financieros a la Gerencia General y a la Junta General de Accionistas.
- Coordinar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la empresa.

 **Control de calidad (Especialista de control de calidad)**

- Aplicar la normativa de calidad para la compra de materia prima.
- Verificar el cumplimiento de las normas, procedimientos y estándares aplicables al proceso y al producto.
- Inspeccionar el producto terminado a fin de asegurarse de que sea conforme a la normativa vigente.
- Elaborar un reporte de la supervisión a la empresa maquiladora.

Tabla 8. Perfil profesional de los puestos de la empresa Be Natural Perú S.A.C

<b>Puesto</b>	<b>Perfil Profesional</b>
<b>Gerente General</b>	Titulado en Administración o Administración de Negocios Internacionales; experiencia profesional mínima de tres años; habilidades de liderazgo, trabajo bajo presión, capacidad de trabajo en equipo, toma de decisiones, proactivo, responsable.
<b>Asistente de operaciones y logística</b>	Estudios universitarios en Administración, Ing. Industrial o carreras afines, experiencia mínima de un año; conocimiento en administración logística, almacenes, comercio exterior, atención de pedidos. Manejo de los programas de office nivel intermedio, conocimiento de inglés avanzado.
<b>Asistente de Marketing y ventas</b>	Estudios universitarios en Administración, Marketing o carreras afines, experiencia mínima de un año; conocimiento de ventas, manejo de cotizaciones, estrategias de marketing, ejecución de actividades de promoción, publicidad, experiencia de manejo en herramientas de marketing digital. Manejo de los programas de office nivel intermedio, conocimiento de inglés avanzado.
<b>Auxiliar de almacén</b>	Estudios técnicos o universitarios en Administración, Logística; experiencia mínima de seis meses; conocimiento en temas logísticos de manipulación de carga (descarga, carga, acomodamiento, apilamiento, etc.), proactivo, con capacidad de trabajo bajo presión y responsable.
<b>Contador</b>	Contador colegiado, experiencia mínima de cinco años; conocimiento en el registro de información contable, tributaria y financiero de una organización, con capacidad analítica, organizativa y responsable de las funciones que realiza.
<b>Especialista de calidad</b>	Estudios universitarios en Ingeniería Industrial, Ingeniería Alimenticia o carreras afines, experiencia mínima de tres

	años; conocimiento sobre procesos productivos, aplicación de políticas, procedimientos e instrucciones que aseguren la calidad del producto, ejecución de actividades de análisis de muestras en laboratorios.
--	--

Fuente: Elaboración Propia.

En la Tabla N°8, se detallan los perfiles profesionales que se requieren para cada puesto.

## 2.7 Cuadro de Asignación de Personal

La idea de negocio de Be Natural Perú S.A.C., presenta el siguiente cuadro de asignación del personal:

Tabla 9. Cuadro de Asignación Personal de la empresa Be Natural Perú S.A.C (expresado en nuevos soles)

Descripción	N° de empleados	Sueldos	Pago mensual	Sub total	Vacaciones	Pago anual	SIS	Total anual
Gerente General	1	2,400	2,400	27,600	1,200	28,800	180	28,980
Asistente de logística y operaciones	1	1,250	1,250	14,375	625	15,000	180	15,180
Asistente de marketing y ventas	1	1,250	1,250	14,375	625	15,000	180	15,180
Auxiliar de almacén	1	930	930	10,695	465	11,160	180	11,340
<b>Total</b>	<b>4</b>							<b>70,680</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Como se puede observar en la Tabla N°9, se está considerando sólo al personal que tiene un contrato fijo. Se debe de mencionar que, no se considera dentro del pago de planilla la CTS ni la gratificación, ya que se está acogiendo a un régimen laboral donde no se obliga a pagar dichos conceptos. El régimen al cual se acoge la empresa Be Natural Perú S.A.C es el régimen laboral especial de la microempresa.

Tabla 10. Servicio de Terceros de la empresa Be Natural Perú S.A.C  
(expresado en nuevos soles)

Cargo	N° de personal	Sueldo S/.	Sueldo anual S/.	Vacaciones 1/2 sueldo	Es salud 9%	Total Anual S/.
Contabilidad	1	250.00	3,000.00			3,000.00
Control de calidad	1	680.00	8,160.00			8,160.00
Total		<b>930.00</b>	<b>3,000.00</b>			<b>11,160.00</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Como se puede observar en la Tabla N° 10, se detallan los servicios que se van a tercerizar, se contratará de manera eventual y sólo para funciones específicas. Se considerará un pago mensual mínimo por sus servicios y el pago se realizará mediante recibos por honorarios.

## 2.8 Forma Jurídica Empresarial

Según (Diario Gestión, 2018) Para registrar a una empresa en el Perú se debe tomar en cuenta que puede realizarse de dos formas.

**Persona Natural:** Es aquella persona que ejerce los derechos y cumple las obligaciones a título personal; es decir, es quien asume todas las obligaciones de la empresa, garantizando con el patrimonio personal las deudas que pueda contraer el negocio.

**Persona Jurídica:** Está conformada por una o más personas que ejercen los derechos y cumplen las obligaciones a nombre de la empresa creada; es decir, el patrimonio inscrito a nombre de la empresa será el que asuma todas las obligaciones.

Be Natural Perú se constituirá mediante una persona jurídica puesto que, los beneficios como mayor posibilidad de posicionarse en el mercado, accesos a préstamos y créditos de diferentes instituciones financieras, credibilidad y confianza a hacia los clientes, accesos a nuevos mercados y expansión en otros países, significan un aporte importante para alcanzar el crecimiento de la empresa.

Existen varios tipos de empresas con diversos regímenes tributarios; a continuación, en la Figura N°7 se detallan:

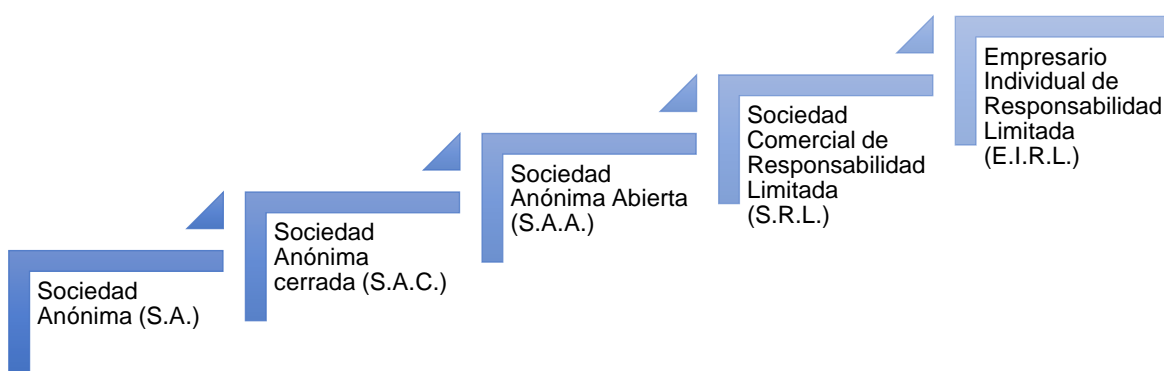


Figura 7. Tipo de Personas Jurídicas.  
Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 11. Cuadro comparativo de sociedades

<b>Tipos de empresa</b>	<b>Cantidad de Accionistas / Socios</b>	<b>Organización</b>	<b>Capital y Acciones</b>	<b>Duración</b>
<i>Sociedad Anónima (S.A.)</i>	Mínimo: 2 Máximo: ilimitado	Se debe establecer: -Junta general de accionistas. -Gerencia. -Directorio.	Capital definido por aportes de cada socio. Se deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones.	Determinado o Indeterminado
<i>Sociedad Anónima cerrada (S.A.C.)</i>	Mínimo: 2 Máximo: 20	Se debe establecer: -Junta general de accionistas. -Gerencia. -Directorio. (Opcional)	Capital definido por aportes de cada socio. Se deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones.	Determinado o Indeterminado
<i>Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)</i>	Mínimo: 2 Máximo: 20	Junta General de Socios y Gerencia	Capital definido por aportes de cada socio. Se debe inscribir en Registros Públicos.	Indeterminada
<i>Empresario Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)</i>	Máximo: 1	Una sola persona figura como Gerente General y socio.	Capital definido por aportes del único aportante.	
<i>Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)</i>	Mínimo: 750	Se debe establecer: -Junta general de accionistas. -Gerencia. -Directorio.	Más del 35% del capital pertenece a 175 o más accionistas. Debe haber hecho una oferta pública primaria de acciones u obligaciones convertibles en acciones. Deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones.	Determinado o Indeterminado

Fuente: Elaboración Propia, según Proinversión.

Como se puede observar en la Tabla N° 11, se detalla una comparación entre los 5 tipos de empresas que existen en el Perú.

Por las características que tiene una empresa del tipo de Sociedad Anónima Cerrada; se menciona que este tipo de sociedad es una figura más dinámica y es la más recomendable para una microempresa ya que dará mayor credibilidad y presencia en el mercado, así como también permitirá obtener ventajas tributarias, accesos a créditos bancarios, entre otros, por tal motivo se ha decidido que Be Natural Perú se constituya bajo esta modalidad.

#### **Razones por las que se eligió una Sociedad Anónima Cerrada:**

- El número mínimo de accionistas que se requieren es 2 y el máximo de 20. Al ser Be Natural Perú una microempresa y sólo cuenta con 3 socios, la opción de ser una S.A.C calza mejor para el proyecto.
- La transferencia de acciones para una S.A.C no es de conocimiento público. Ésta característica ayudará a Be Natural Perú, ya que permitirá proteger la privacidad de dichas transferencias y la identidad de los accionistas. Además no es necesario ser inscrita en los Registros Públicos del mercado de valores.
- Una Sociedad Anónima Cerrada brinda la opción de establecer un directorio, lo que permite que el gerente general de la empresa pueda asumir dichas facultades; lo que para Be Natural Perú supone una reducción de costos.

Be Natural Perú S.A.C contará con 3 socios fundadores que tendrán acciones divididas según el aporte que cada uno haya realizado, la Tabla N°12, muestra a los 3 accionistas, así como el capital que cada uno invertirá para el proyecto y cuál es el valor asignado para la determinación del número de acciones que le corresponde a cada accionista.

Tabla 12. Aporte de los socios de Be Natural Perú S.A.C

Nombre del Accionista	Capital	Valor nominal	Acciones	%
Primer accionista	48,530.95	10.00	4,853	70%
Segundo accionista	11,092.79	10.00	1,109	16%
Tercer accionista	9,706.19	10.00	971	14%
Total aporte propio	69,329.93		6,933	100%

Fuente: Elaboración Propia.

La Junta General de Accionistas será el órgano supremo de la empresa y estará compuesta por tres socios. Se elegirá a un gerente general quien será el representante legal de la empresa y a la vez se encargará de convocar la junta general. Se constituirá la sociedad con la escritura pública legalizada ante un notario, mediante la presentación de una minuta.

## 2.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

Según (INDECOPI, 2020) los requisitos para la solicitud de registro de marca de productos son los siguientes:

- 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 jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC).

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.
- Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 597.70 Nuevos Soles. Este importe deberá pagarse en la sucursal del Banco de la Nación o bien realizar el pago a través de una de las modalidades que se ofrecen.

La marca que se ha escogido para nuestro producto es “Herbal Mix”. La denominación HERBAL viene del idioma inglés que significa hierbas y MIX hace alusión a las cinco hierbas aromáticas que tendrá el producto en su presentación las cuales son (matico, manzanilla, hierba luisa, cedrón y boldo). (Ver anexo N°8).



Figura 8. Nombre de la Marca de Be Natural Perú SAC.  
Fuente: Elaboración Propia.

## 2.10 Requisitos y Trámites Municipales

La empresa Be Natural Perú S.A.C gestionará la licencia de funcionamiento en la Municipalidad de San Miguel. Según (Municipalidad de San Miguel, 2020) , los requisitos para obtener la licencia son los siguientes (Ver anexo N° 9):

- Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada, en la cual se consignará lo siguiente:
  - ✓ Número de RUC y DNI o carné de extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
  - ✓ DNI o carné de extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas, u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen en representación.
- Copia de la vigencia de poder del representante legal, en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
- Declaración Jurada de observancia de condiciones de seguridad (hasta 100 m2) o ITSE de Detalle o Multidisciplinaria (más de 500 m2).
- Pago de la tasa de acuerdo con lo especificado en el TUPA.
- Adicionalmente serán exigibles los siguientes requisitos:
  - ✓ Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.
  - ✓ Informar sobre el número de estacionamientos de acuerdo con la normativa vigente, en la Declaración Jurada
  - ✓ Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que, conforme a Ley, la requieren de manera previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento
  - ✓ Copia simple de autorización expedida por el Instituto Nacional de Cultura, conforme a la Ley N.º 28296. Ley General de Patrimonio Cultural de la Nación.

## Costos y tarifas

Según (Municipalidad de San Miguel, 2020) de acuerdo al TUPA aprobado mediante ordenanza N°274-2014 y ratificado mediante Acuerdo de Consejo N°2361/MML.

Tabla 13. Costos y Plazos para la licencia de funcionamiento en San Miguel

Ex – post:	Costo	Plazo máximo
Hasta 100 mt <sup>2</sup> .	S./ 39.50	10 DÍAS HÁBILES
Más de 100 hasta 500 mt <sup>2</sup>	S./ 242.60	10 DÍAS HÁBILES
Mayor a 500 mt <sup>2</sup>	S./ 36.70	10 DÍAS HÁBILES

Fuente: Municipalidad de San Miguel.

Como se puede apreciar en la Tabla N°13, Be Natural Perú S.A.C contará con un local administrativo que mide 130mt<sup>2</sup> por lo cual la tarifa asignada sera S/. 242.60 y la duración sera de 10 días hábiles.

## Procedimiento para obtener la licencia de funcionamiento

Según (Municipalidad de San Miguel, 2020) , el procedimiento para obtener la licencia es el siguiente:

Tabla 14. Procedimiento para la licencia de funcionamiento en San Miguel.

Área de Establecimiento	Subgerencia de Licencias y Comercio	Subgerencia de Administración documentaria y Archivo	Subgerencia de Defensa Civil	Subgerencia de Licencias y Comercio
Más de 100 hasta 500 mt <sup>2</sup>	Costo, duración, requisitos y formato gratuito. Zonificación y compatibilidad de uso entre el giro propuesto y la ubicación del establecimiento. Emite orden de pago de la tasa que incluye una inspección técnica básica de seguridad en Defensa Civil.	Recepciona, registra y deriva cuando cumple con los requisitos (Verifica que la solicitud cuenta con los requisitos establecidos en el artículo 18° de la Ordenanza N.º 139-MDSM (art. 7º Ley 28976), caso contrario se invita al administrado a subsanarlas dentro de un plazo máximo de dos días hábiles.)	Realiza de manera obligatoria las inspecciones técnicas básicas, con anterioridad al otorgamiento.	Realiza inspección y verifica la zonificación y compatibilidad de uso. Resuelve el procedimiento con la elaboración y suscripción de la resolución de procedencia y certificado de Licencia de Funcionamiento.

Fuente: Municipalidad de San Miguel.

Como se visualiza en la Tabla N°14, se detallan los procedimientos para la obtención de licencia de funcionamiento. Be Natural Perú S.A.C gestionará dicho trámite en la Municipalidad de San Miguel.

## **2.11 Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades**

### **2.11.1 Requisitos para obtención de RUC**

Según (SUNAT, 2020) El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el número que identifica como contribuyente a una persona jurídica o persona natural. El RUC comprende los datos de identificación de las actividades económicas, es único y consta de once dígitos. Su uso es obligatorio en toda declaración o trámite que se realice ante la SUNAT.

Be Natural Perú S.A.C al ser una empresa que realizará una actividad económica dentro de territorio nacional y que deberá pagar tributos, tiene la obligación de inscribirse en este registro. Adicional a ello, se debe mantener actualizada los datos de contacto declarados, como dirección de domicilio fiscal, números de telefónicos, correo electrónico, entre otros pues que, permite que la SUNAT pueda contactar a la empresa para brindar cualquier tipo de información sobre las obligaciones tributarias que debe realizar.

Los requisitos para inscribir a la empresa Be Natural Perú S.A.C al RUC son los siguientes:

- DNI, Pasaporte o Carné de Extranjería vigente del Representante Legal
- Ficha o partida electrónica certificada por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario.
- Documento privado o público, donde conste la dirección que se declarará domicilio fiscal.

Presentar los siguientes formularios correctamente llenados y firmados por el titular:

- **Formulario 2119:** Solicitud de inscripción o comunicación de afectación de tributos.

Y, además, para acreditar su representante en el RUC:

- **Formulario 2054:** representantes legales, directores, miembros del consejo directivo.
- **Formulario 2054-Anexo:** Domicilio de los Representantes Legales.

El trámite es gratuito y el plazo para la inscripción es dentro de los 12 meses siguientes que se proyecta iniciar actividades. Hay que considerar que, la inscripción puede ser de manera virtual o presencial.

### 2.11.2 Regímenes Tributarios

Los Regímenes Tributarios son las categorías establecidas por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) con las que una persona jurídica o natural, que cuente con una empresa o inicie actividades debe de registrarse ya que establecen la manera en la que se pagan los impuestos y los niveles de este.

El Gobierno ha establecido cuatro tipos de regímenes tributarios para cumplir con las obligaciones ante la SUNAT, las cuales son: Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), Régimen MYPE Tributario (RMT) y Régimen General (RG). Todas ellas, con diferentes características y especificaciones. En la Tabla N°15, se muestra un cuadro comparativo entre los cuatro tipos de regímenes tributarios que ayudará a determinar cuál es el más apropiado para el proyecto.

Tabla 15. Regímenes Tributarios

	Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)	Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER)	Régimen MYPE Tributario (RMT)	Régimen General (RG)
<i>Persona Natural</i>	Sí	Sí	Sí	Sí
<i>Persona Jurídica</i>	No	Sí	Sí	Sí
<i>Límite de ingresos</i>	Hasta S/ 96,000.00 anuales u S/ 8,000.00 mensuales.	Hasta S/ 525,000.00 anuales.	Ingresos netos que no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior)	Sin límite

Límite de compras	Hasta S/ 96,000.00 anuales u S/ 8,000.00 mensuales.	Hasta S/ 525,000.00 anuales.	Sin límite	Sin límite
Comprobantes de pago que puede emitir	Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.
Declaración Jurada anual-Renta	No	No	Sí	Sí
Valor de activos fijos	S/ 70,000.00 Con excepción de los predios y vehículos.	S/ 126,000.00 Con excepción de los predios y vehículos.	Sin límite	Sin límite
Trabajadores	Sin límite	10 empleados por turno	Sin límite	Sin límite

Fuente: Elaboración Propia, según SUNAT.

Para el proyecto y durante cinco años, se ha elegido el Régimen Especial de Impuesto a la Renta debido a que es la opción tributaria que más se adecua a las características del negocio, donde las ventas anuales proyectadas no superarán los S/. 525,000.00. Las ventajas de este régimen son las siguientes:

- Sólo se llevan dos libros contables (Registro de Compras y Registro de Ventas).
- Sólo se presenta declaraciones mensuales de IGV y renta, no se está obligado a presentar declaraciones anuales.
- El pago del impuesto a la renta es mensual y equivale al 1.5% de los ingresos netos mensuales.
- Permite emitir todo tipo de comprobantes de pago.

## 2.12 Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

La planilla electrónica es *“Un documento llevado a través de los medios informáticos desarrollados por la SUNAT, en el que se encuentra la información de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación, modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.* (SUNAT, 2020).

La planilla electrónica es una obligación laboral para toda empresa y la presentación es de manera mensual. Esta herramienta digital fue elaborada con la finalidad de sintetizar y sustituir los cálculos que significan llevar una planilla manual, además de ayudar con la rápida declaración de los aportes que corresponden.

La Planilla electrónica cuenta con dos componentes que se detallan a continuación:

Tabla 16. Componentes de la Planilla Electrónica

Planilla electrónica	Descripción	Descripción	Medio de acceso
I – REGISTRO	Registro de Información Laboral	Registro de Información Laboral de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, practicantes, personal de terceros y derechohabientes.	A través de la Clave SOL, OPCIÓN MI RUC Y OTROS REGISTROS
PLAME	Planilla Mensual de Pagos	Comprende información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y derechohabientes	Se descarga el programa en <a href="http://www.sunat.gob.pe">www.sunat.gob.pe</a> , se elabora, genera archivo y envía en SUNAT Operaciones en Línea.

Fuente: SUNAT.

Como se detalla en la Tabla N°16, Be Natural Perú SAC se acogerá a la planilla electrónica y cumplirá con el registro de sus trabajadores desde el primer día que inician sus actividades con nuestra representada; asimismo, se ingresará a través de la Clave Sol para el cumplimiento de la presentación de la planilla mensual de pagos. Para ello, se utilizará el cronograma de pagos mensuales de las obligaciones de pago propuesto por la SUNAT.

### 2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral

El régimen laboral en el Perú establece derechos y beneficios comunes para los empleados en una empresa. Hay empresas que por su tamaño y por el tipo de actividad que realizan necesitan que ciertas condiciones y derechos se diferencien, de manera que esto signifique un ahorro en el costo laboral que tendrían por sus empleados. Por esta razón el Estado Peruano tiene dos regímenes laborales que toda empresa puede acogerse, pero es conveniente analizar las diferencias que

maneja cada uno para poder determinar el régimen óptimo para el proyecto. En la Tabla N° 17, se muestra las principales características de cada régimen.

Tabla 17. Características de los Regímenes Laborales en el Perú

BENEFICIOS DE LOS TRABAJADORES	RÉGIMEN LABORAL GENERAL O COMÚN	MICROEMPRESA (Sus ventas anuales no superan las 150 UIT)	PEQUEÑA EMPRESA (Sus ventas anuales no superan las 1700 UIT)
VACACIONES	El trabajador tiene derecho a 30 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.
REMUNERACIÓN MÍNIMA	Remuneración no menor a la remuneración mínima vital.	Remuneración no menor a la remuneración mínima vital.	Remuneración no menor a la remuneración mínima vital.
JORNADA NOCTURNA (Entre las 10:00 p.m. a 6:00 a.m.)	Su remuneración no puede ser inferior a la Remuneración Mínima Vital más una sobretasa equivalente al 35% de esta.	Si la jornada habitualmente es nocturna, no se aplicará la sobre tasa del 35%	Su remuneración no puede ser inferior a la Remuneración Mínima Vital más una sobretasa equivalente al 35% de esta.
COMPENSACIÓN POR TIEMPO DE SERVICIOS (CTS)	Una remuneración mensual, depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).	No aplica.	15 remuneraciones diarias depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).
GRATIFICACIONES	Se otorga dos veces al año, una por Fiestas Patrias (Julio) y otra por Navidad (diciembre), en razón a una remuneración completa.	No aplica.	Se otorgará dos veces al año, una por Fiestas Patrias y otra por Navidad, en razón a media remuneración por cada oportunidad, siempre y cuando laboren el semestre completo, caso contrario percibirán la parte proporcional.
SEGURO DE SALUD	ESSALUD 9% de la remuneración – lo aporta en su integridad el empleador.	Seguro Integral de Salud (SIS) – El empleador deberá realizar un aporte mensual equivalente al 50% y el otro 50% será completado por el Estado.	ESSALUD 9% de la remuneración – lo aporta en su integridad el empleador.
INDEMNIZACIÓN POR DESPIDO ARBITRARIO	Indemnización una remuneración y media por cada mes dejado de laborar, en caso sea un contrato a plazo determinado, y le tocará una remuneración y media por cada año	Indemnización el equivalente a 10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de noventa (90) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por	Indemnización el equivalente a 20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de ciento veinte (120) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.



	de trabajo en caso sea un contrato indeterminado; en ambos casos con un máximo de 12 remuneraciones.	dozavos.	
ASIGNACIÓN FAMILIAR	10% de la remuneración mínima vital	No aplica.	No aplica.
PARTICIPACIÓN DE UTILIDADES	Si	No aplica.	No aplica.

Fuente: (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, s.f)

Tal como se muestra en la Tabla N°17, la empresa Be Natural Perú S.A.C se acogerá al Régimen Laboral Especial de la Microempresa porque de acuerdo con la proyección de ventas no se superará las 150 UIT de forma anual (en ventas); adicional a ello, ayudará a reducir el costo laboral y lo más importante el empleado se sentirá seguro pues contarán con un empleo formal que les reconocerá ciertos beneficios sociales que indica este régimen. Asimismo, es el más conveniente a aplicar al proyecto puesto que, el régimen escogido brinda varias excepciones de derechos laborales que el Régimen General si considera, y para una empresa que recién está comenzando no es muy favorable.

La implementación del Régimen Especial se detalla en la Ley N° 30056 “Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña empresa” que promueve la formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas, fortaleciendo el incremento de la formalidad laboral cumpliendo con los derechos laborales mínimos que solicita dicha Ley.

## 2.14 Modalidades de Contratos Laborales

La empresa Be Natural Perú S.A.C al iniciar sus operaciones, contará con personal calificado cuyos contratos de trabajo serán voluntarios y celebrados entre el empleador y el empleado. Con el contrato, se inicia la relación laboral que trae como consecuencias derechos y obligaciones para ambas partes.

De acuerdo con el Ministerio de Trabajo y Promoción existen las siguientes modalidades de contrato.

- Contrato de trabajo a plazo indeterminado
- Los contratos de trabajo sujetos a modalidad
- Contrato de trabajo en régimen de tiempo parcial

- Otros Tipos de Contrato

La empresa Be Natural Perú S.A.C celebrará contratos de trabajo sujetos a modalidad. Estos contratos son denominados así ya que tienen una fecha de inicio y una fecha de culminación, es decir, por un periodo de tiempo determinado y de acuerdo con las necesidades del mercado. Hay que considerar que, estos contratos se celebrarán siempre por escrito y deben estar registrados de manera obligatoria ante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

Existen nueve modalidades básicas de contratación sujetas a modalidad, a continuación, se detallan:

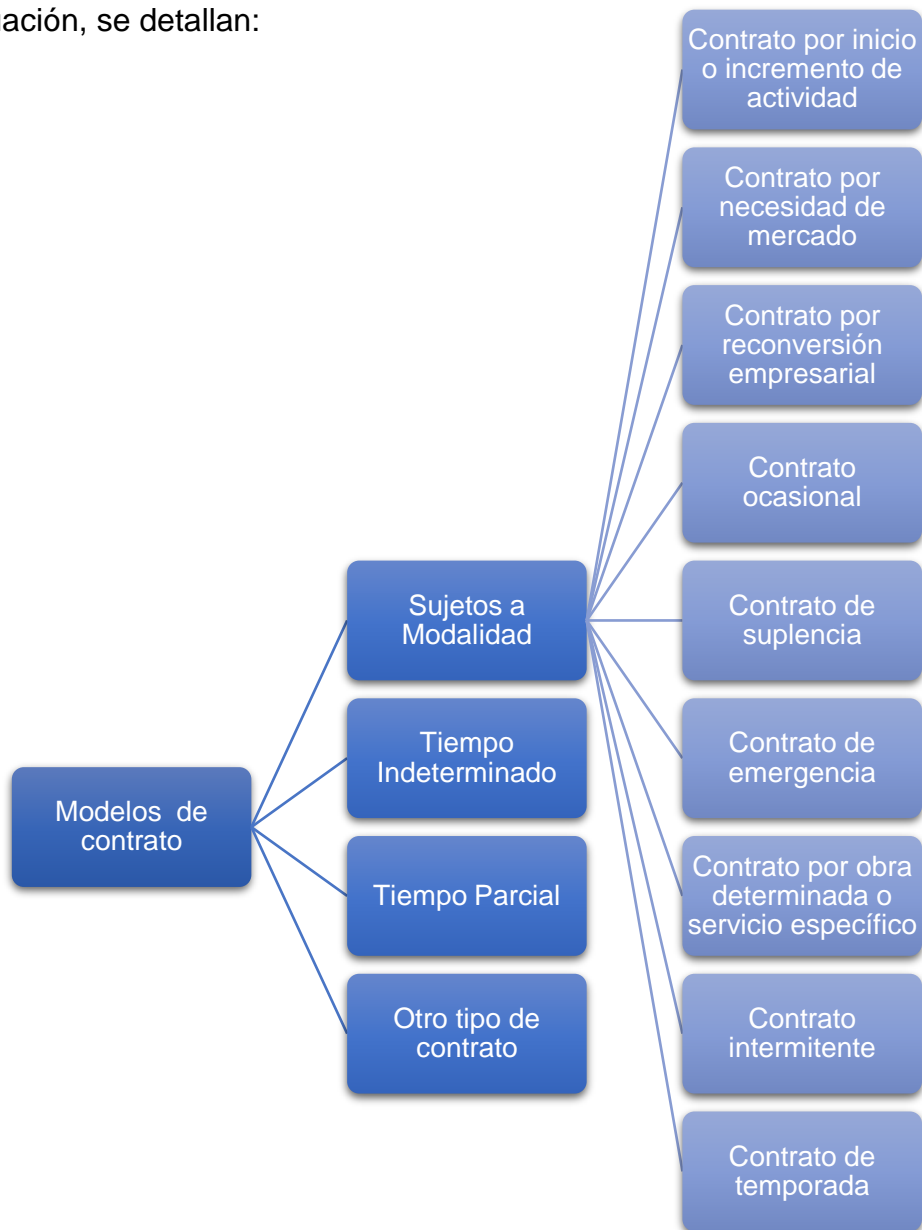


Figura 9. Modalidades básicas de contratación.

Fuente: Elaboración Propia, según Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MINTRA).

Entre los contratos sujetos a modalidad, Be Natural Perú S.A.C se acogerá a la modalidad de contrato por inicio de lanzamiento de nueva actividad. Las vigencias de los contratos tendrán un tiempo duración de seis meses, los mismo que serán renovados de acuerdo con el desempeño del empleado. **(Ver anexo N° 11).**

La empresa Be Natural Perú S.A.C se preocupa por tener vínculos laborales sólidos por lo que, cada colaborador contará con su propio contrato. En el presente plan se tendrán los contratos para el gerente general, asistente marketing y ventas, asistente de operaciones y logística y auxiliar de almacén.

Adicionalmente, Be Natural Perú S.A.C. contará con un contrato de prestación de servicios que estará regido por un contrato intermitente, para los temas contables (Contador externo) y el control de calidad (Ingeniero en industrias alimentarias). **(Ver anexo N° 12).**

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

La empresa Be Natural Perú S.A.C celebrará contratos para la constitución de la empresa, en ella se realizarán distintos contratos comerciales para los acuerdos formales de la empresa. Se celebrará los contratos de trabajo, los de compra y venta, con los proveedores, de alquiler de local, de prestación de servicios, contrato de comisiones y de confidencialidad.

- **Contrato de sociedad o acta constitutiva:** La empresa Be Natural Perú S.A.C realizará un documento como constancia notarial donde se registrarán diferentes datos correspondientes a la formación de la sociedad. Se detallará información sobre los integrantes de la sociedad, funciones de cada uno, poderes y facultades de cada accionista, firmas y demás información importante.
- **Contrato de trabajo:** La empresa Be Natural Perú S.A.C celebrará este contrato con cada trabajador, donde se detallarán los beneficios y obligaciones que tendrán para con la empresa, el tiempo de vigencia del contrato, pago de retribución salarial, entre otras.

- **Contrato de compra venta:** La empresa Be Natural Perú S.A.C utilizará este contrato bilateral para celebrar con el comprador donde se detallarán las cláusulas de la modalidad de venta de nuestro producto.
- **Contrato con los proveedores:** Para el buen funcionamiento de la empresa, los proveedores son parte fundamental, por ello que se debe tener una adecuada relación contractual con ellos. La empresa Be Natural Perú S.A.C utilizará este contrato para abastecerse de la materia prima (hierbas aromáticas tales como: hierba luisa, manzanilla, cedrón, boldo y matico) para su proceso de transformación y maquila, especificando condiciones económicas, fechas de entrega, tipo de pago, responsabilidades y garantías, etc.
- **Contrato de alquiler de local:** La empresa Be Natural Perú S.A.C realizará un contrato de alquiler de local, debido a que no se contará con uno propio, por ello se fijará con el dueño del local: la renta mensual, la duración del contrato, meses de garantía, etc.
- **Contrato de prestación de servicios:** La empresa Be Natural Perú S.A.C mediante este contrato de prestación de servicios dejará claras las obligaciones y derechos para con los servicios de contabilidad y control de calidad. Este contrato se efectuará ya que el servicio será tercerizado.
- **Contrato de Comisiones:** La empresa Be Natural Perú S.A.C realizará este tipo de contrato cuando necesite una representación para realizar negocios a nombre propio de la empresa, el comisionista se encargará de ejecutar esos negocios encomendados por la empresa en nombre propio.
- **Contrato de confidencialidad:** La empresa Be Natural Perú S.A.C realizará este tipo de contrato con el fin de proteger la información de alta importancia ante sus colaboradores, en cuanto a procesos, operaciones, herramientas para el desempeño de las funciones, etc. De filtrar o hacer un mal manejo de la información se especificará las medidas que tomará la empresa ante dicho suceso.

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

#### **3.1 Descripción del producto**

El producto por exportar es “Herbal Mix”, un filtrante a base de hierbas aromáticas cultivadas en el Perú el cual posee un agradable aroma y sabor. El producto contiene una variedad de hierbas tales como: hierba luisa, manzanilla, cedrón, boldo y matico, los cuales tienen diversos beneficios para el consumidor como por ejemplo ayudar a combatir el insomnio, controlar el estrés, relajante, antiinflamatorio, fortalece el sistema inmunológico, calma y reduce la ansiedad y analgésico natural, entre otros.

La empresa busca exportar con valor agregado, un producto procesado, promoviendo el posicionamiento de las hierbas aromáticas en el mercado internacional aprovechando las condiciones climáticas y la capacidad productiva de las variedades de hierbas durante todo el año.

Según (PROMPERU, 2017) Perú es uno de los pocos países que cuenta con una amplia lista de insumos naturales, capaces de prevenir males o aliviar todo tipo de dolencia. Las hierbas aromáticas han sido prueba de ello, ya que varias de ellas han alcanzado una alta demanda internacional por ser consideradas como nuevas alternativas naturales para aliviar dolores o malestares que afectan la salud.

Es por ello que, actualmente, las personas buscan productos naturales y funcionales que posean componentes alimenticios fisiológicamente activos y que entreguen beneficios a la salud más allá de la nutrición básica, por lo cual se ha detectado satisfacer una necesidad de crear un producto que contenga cinco hierbas en una sola presentación.

“Herbal Mix” se puede consumir frío o caliente, ya que los malestares que afectan a la salud se pueden presentar en cualquier momento, por lo cual el producto está fabricado para que sea consumido cuando el cliente lo desee.

La presentación del producto será en envase que se ha optado para el contenido de los filtrantes, son cajas de cartón de 10 x 6.2 x 7 cm, que contendrán 25 unidades de filtrantes. Cada caja tendrá 5 variedades de hierbas tales como: hierba luisa,

manzanilla, cedrón, boldo y matico. La elección del envase de cartón es para que pueda mantener una mejor conservación a temperatura de ambiente. La presentación de nuestro producto es de 25 gramos.

### **Determinación de la Marca**

Be Natural Perú SAC es una empresa exportadora y comercializadora de filtrantes de hierbas aromáticas, al ser una empresa nueva se creará una marca propia la cual se registrará en Indecopi "Herbal Mix". El producto se diferencia en lo siguiente: se podrá encontrar cinco variedades de hierbas en una sola presentación, en consecuencia, se realizarán estrategias de comercialización y de posicionamiento para que nuestro mercado objetivo reconozca el producto.



Figura 10. Marca de la empresa Be Natural Perú SAC.  
Fuente: Elaboración Propia.

### **3.1.1 Clasificación arancelaria**

La clasificación arancelaria es un proceso que consiste en asignar un código numérico por la Organización Mundial de Aduanas (OMA). Su objetivo es identificar las mercancías que se importan y exportan para fijar impuestos, obligaciones y derechos. Abarca unos 5000 grupos de mercancías y está organizado jerárquicamente por:

- Secciones
- Capítulos (2 dígitos)
- Partidas (4 dígitos)
- Subpartidas (6 dígitos)

En la Tabla N°18, se muestra la clasificación arancelaria en el país de origen:

Tabla 18. Tratamiento arancelario por subpartida nacional.

<b>EN EL PERÚ</b>	
<b>SECCIÓN IV:</b>	PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LÍQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDANEOS DEL TABACO, ELABORADOS.
<b>CAPÍTULO 21:</b>	Preparaciones alimenticias diversas
<b>CODIGO:</b>	Descripción
<b>21.06</b>	Preparaciones alimenticias no expresadas ni comprendidas en otra parte.
<b>2106.90</b>	- Las demás;
<b>2106.90.71.00</b>	- - -Que contengan como ingrediente principal uno o más extractos vegetales, partes de plantas, semillas o frutos, incluidas las mezclas entre sí.

Fuente: Elaboración Propia, según SUNAT.

En el cuadro anterior se observa que la subpartida arancelaria para la infusión de hierbas aromáticas se encuentra en 2106.90.71.00 - - -Que contengan como ingrediente principal uno o más extractos vegetales, partes de plantas, semillas o frutos, incluidas las mezclas entre sí.

Tabla 19. Subpartida del producto en los EE. UU

<b>EN LOS ESTADOS UNIDOS</b>	
<b>2106.90.9887</b>	Herbal teas and herbal infusions comprising mixed herbs.

Fuente: Elaboración Propia, según USITC.

Como se puede apreciar en la Tabla N°19, se indica la subpartida del producto en el país de destino; en este caso Estados Unidos, que se encuentra en

2106.90.9887, que significa en español Tés de hierbas e infusiones de hierbas que comprenden hierbas mixtas.

Cabe resaltar que, al momento de escoger el país a exportar se consideró que nuestro país cuenta con el Acuerdo de Promoción Comercial entre PERU - EE. UU donde se deja al 0% el valor del arancel al momento de ingresar al país de destino.

Tariff regime ①	Applied Tariff ①	AVE ①	Note
MFN duties (Applied) ②	6.40%	6.40%	
Preferential tariff for Peru ③	0%	0%	Trade agreement details ▼

Figura 11. Clasificación arancelaria entre Perú – Estados Unidos

Fuente: Market Access Map.

Tabla 20. Exportaciones de la partida 2106907100 por descripción comercial.

<b>ACHARTE LUME FELIX AMADOR</b> GRAVIOLA TEA FILTER
<b>AGROFIL HUYRO S.A.C.</b> DIGESTIVO, ANTIGRI PAL, PARA NOSOTROS PROSTAL, PARA NOSOTRAS MUJER
<b>ALPACA NATIVA S.A.C.</b> CAJAS DE MATE FILTRANTE: INFUSION
<b>ANDEAN TRADING CORPORATION S.A.C.</b> BOLSA X 40 UÑA DE GATO FILTRANTE HORNIMAN S BOLSA X 40 X 25 FILTRANTE MANZANILLA HORNIMAN S BOLSA X 40 X 25 MANZANILLA FILTRANTE HORNIMAN S
<b>AURANDINA S.A.C.</b> UÑA DE GATO X 20
<b>BIOHERBAL-PERU E.I.R.L</b> CAJA DE 37.5 GR CON FILTRANTE DE INFUSION DIABETISAN
<b>C &amp; C PERU S.A.C.</b> CAJAS DE INFUSION DE CHANCAPIEDRA CON 25 UNIDADES FILTRANTE DE 1 GR. CAJAS DE INFUSION DIGESTIVO CON 25 UNIDADES FILTRANTE DE 1 GR. CAJAS DE INFUSION RELAJANTE CON 25 UNIDADES FILTRANTE DE 1 GR.
<b>CABALLERO CARMELO IMPEXP EIRL</b> FILTRANTE BOLDO (32 BOXES/25 UNI/PACK) FILTRANTE CEDRON DEL VALLE (32 BOXES/25 UNI/PACK) FILTRANTE CHANCA PIEDRA (32 BOXES/25 UNI/PACK) FILTRANTE GRAVIOLA (32 BOXES/25 UNI/PACK) FILTRANTE HIERBA LUISA, MANZANILLA, ANIS, BOLDO, CHANCA PIEDRA, UÑA DE GATO
<b>COMPLEMENTOS Y SUPLEMENTOS ORGÁNICOS DEL PERU S.R.L.</b> CHANCAPIEDRA FILTRANTE PAU D ARCO FILTRANTE UÑA DE GATO FILTRANTE
<b>E &amp; N ALIMENTOS SAC</b> BOLDO FILTRANTE MARCA: PERU FOOD



<b>LLERENA MACHADO ROSA ANGELICA</b> TE FILTRANTE
<b>MAREMI S.A.C.</b> THE FILTRANTE CANELA CLAVO DE OLOR
<b>PURA VIDA TRADING EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - PURA VIDA TRADING E.I.R.L.</b> CAJA FILTRANTE BOLDO, CAJA FILTRANTE MATE DE COCA, CAJA FILTRANTE TE CANELA CAJAS FILTRANTE CEDRON ORG. SUNKA
<b>RABC INTERGAME E.I.R.L.</b> CAJAS DE FILTRANTE DE U?A DE GATO (25 UNID C/CAJ)
<b>VASQUEZ MARCOS MARCELINO</b> FILTRANTE DE EMOLIENTE FILTRANTE DE MACA FILTRANTE DE MANZANILLA

Fuente: Veritrade.

Como se puede apreciar, en la Tabla N°20, muestra a las diferentes empresas de filtrantes que han exportado bajo la partida 2106907100, el cual indica que es la partida correcta y fiable.

### 3.1.2 Propuesta de valor

Be Natural Perú S.A.C es una empresa que ofrece un filtrante a base de hierbas aromáticas cultivadas en el Perú. “Herbal Mix” contiene una variedad de hierbas tales como: hierba luisa, manzanilla, cedrón, boldo y matico. Dichas hierbas tienen diversos beneficios para el consumidor como por ejemplo ayudar a combatir el insomnio, controlar el estrés, relajante, antiinflamatorio, fortalece el sistema inmunológico, calma y reduce la ansiedad y analgésico natural, entre otros.

Be Natural Perú S.A.C fundamenta el aporte de valor de su producto con los siguientes puntos:

- Los Insumos que se utiliza para el producto son naturales.
- El envase del producto es ecológico y amigable con el medio ambiente, ya que está hecho a base de cartón, material que es de uso reciclable.
- El producto es de fácil preparación, es por ello que, cualquier integrante de la familia puede realizarlo.

El Perú ha sido considerado como uno de los países llamados megadiversos, por ser poseer más del 70 % de la biodiversidad del planeta, la cual está representada por una gran variedad de ecosistemas, especies de flora y fauna. Es

por ello que, permite la producción durante todo el año de la materia prima a usar para la elaboración del producto.

A continuación, se detalla la propuesta de valor para describir el desarrollo de cada una de las actividades de la empresa, para ello se tomará como referencia la “Cadena de Valor” según Porter:

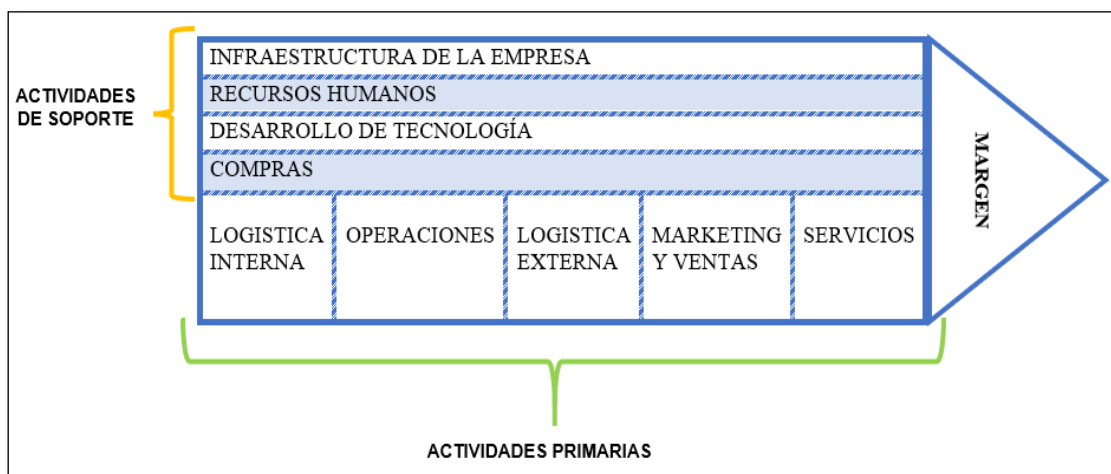


Figura 12. Cadena de Valor de Porter  
Fuente: Elaboración Propia.

### A. Actividades primarias

#### - Logística Interna

Be Natural Perú S.A.C tendrá como proveedor a la empresa AGRO-EXPORT TOPARÁ S.A.C, quien será el responsable de abastecer de materia prima de manera mensual.

#### - Operaciones

El producto se elaborará en la empresa PERUVIAN NATURE S & S S.A.C quienes brindará el servicio de producción y envasado. Terminado el proceso, hará la entrega de los filtrantes en una presentación de caja de cartón 10 x 6.2 x 7 cm, que contendrán 25 unidades de filtrantes. El producto debe de ser entregado en la cantidad y plazo que se solicita.

#### - Logística externa

Be Natural Perú S.A.C tendrá un personal capacitado con conocimiento en logística, quien se encargará de realizar las coordinaciones respectivas en cuanto a la llegada de manera oportuna del insumo a la empresa maquiladora, el almacenamiento del producto terminado, coordinaciones con la agencia de aduana,

el ingreso oportuno de la carga al depósito y que la distribución del producto llegue a destino de acuerdo con el Incoterm pactado con el comprador. Se espera tener una correcta distribución internacional, que permita cumplir con la entrega en los plazos acordados.

- **Marketing y ventas**

Be Natural Perú S.A.C busca dar a conocer los beneficios que posee “Herbal Mix”, así como también la calidad que ofrece y la procedencia peruana que tiene. Se buscará captar la atención del mercado estadounidense con estrategia publicitaria para mostrar que es un producto natural y que contribuye al cuidado de la salud. También se realizarán estrategias de promoción como ferias internacionales, ruedas de negocio, página web, marketing digital y merchandising.

- **Servicios**

Be Natural Perú S.A.C brindará un servicio personalizado a través de un correo corporativo que permita responder cualquier consulta o duda acerca del producto antes y después de la venta.

## **B. Actividades de apoyo**

- **Infraestructura de la organización**

Be Natural Perú S.A.C cuenta con tres áreas administrativas que son: gerencia general, comercial y marketing, operaciones y logística. Cada una de las oficinas de nuestros colaboradores contará con equipos tecnológicos, mobiliario y material de escritorio; asimismo, un ambiente adecuado de iluminación y espacio que les permita realizar de manera efectiva sus actividades diarias.

- **Recursos humanos**

Be Natural Perú S.A.C a pesar de no contar con un área específica de RR. HH, el gerente general es quien se encarga de la contratación y búsqueda de personal. Asimismo, en esta institución se busca mantener un buen clima laboral, cumpliendo con una remuneración justa y de acuerdo con el régimen laboral vigente al cual se acoge.

- **Compras**

La materia prima del producto se va a adquirir de AGRO-EXPORT TOPARA S.A.C con RUC: 20279002599, que se ubica en Av. Victoria N° 197 Int. 1 (costado del colegio cooperativo) Ica - Chincha - Chincha Alta. Asimismo, cuenta con una dirección en Lima la cual es Monte Mayor 188 Chacarilla, Santiago de Surco – Lima. La maquila estará a cargo de PERUVIAN NATURE S & S S.A.C. con RUC: 20502203461, que se encuentra ubicada en calle las Gardenias Mz. I lote. 12 urb. Praderas de Lurín (alt. km. 40 antigua panamericana sur) Lima - Lima – Lurín.

Be Natural Perú S.A.C cuenta con dos proveedores alternativos por si surgiera algún inconveniente, problemas de abastecimiento o negativa de despacho por parte de los principales proveedores tal como se detalla en las Tablas N°21 y Tabla N°22.

Tabla 21. Proveedores de materia prima.

	Razón social	RUC	Ubicación
Materia prima	Pebani Inversiones S.A.	20302386642	Av. Julio Bayletti N°312 DPTO. 201 Lima - Lima - San Borja.
	Hierbas del Perú S.A.	20509088102	Psje. Malecón Hoyada Mz. 116 Lt. 18 Nueva Requena Coronel Portillo Ucayali / Las Capironas 261, Urbanización Matelini, Chorrillos – Lima.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 22. Proveedores de maquila.

	Razón social	RUC	Ubicación
Maquila	ArtPack Perú S.A.C	20512906584	Av. Marisca Eloy Ureta N.º 475 - San Luis.
	Industria H.E. S.A.C.	20507294350	Calle San Martín Mz. L Lt. 2B Urb. Nieveria Lurigancho - Chosica.

Fuente: Elaboración propia.

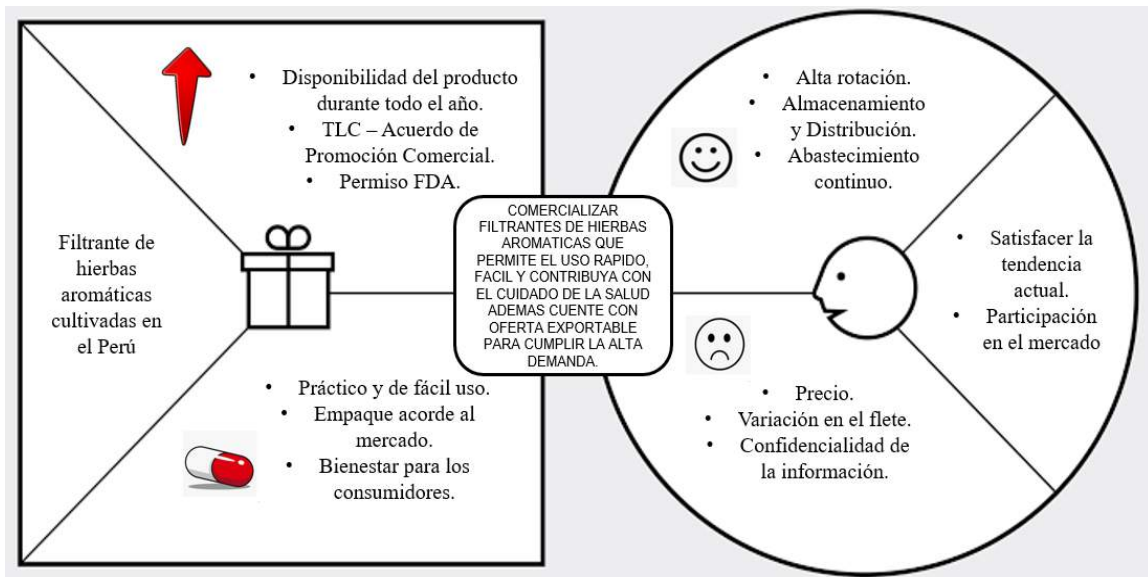


Figura 13. Lienzo de la Propuesta de Valor (B2B)  
Fuente: Elaboración Propia.

Como se puede observar en la Figura N°13, se detalla el lienzo de propuesta de valor de la exportación de filtrantes de cinco variedades de hierbas aromáticas.

- Al existir una variedad de hierbas aromáticas seleccionadas, el consumidor final podrá beneficiarse con los diversos usos que tienen dichas hierbas, ya que, según las características inherentes de cada insumo, estas hierbas pueden actuar como alternativas medicinales ante cualquier malestar y/o simplemente se puede beber según la preferencia en cuanto al sabor o aroma.
- La calidad es un valor muy importante es por ello que, se tomará en cuenta que cada fase de la elaboración del producto será supervisada por un especialista de calidad, quien verificará el producto en cada etapa del proceso, garantizando de esta manera la inocuidad y propiedades que contiene el producto final.
- La característica novedosa del producto es que se ofrecerá al consumidor americano, una nueva propuesta de filtrantes seleccionados que consiste en una caja con 25 unidades de filtrantes de un gramo de diversos tipos de hierbas funcionales.

### 3.1.3 Ficha Técnica Comercial

Según (PromPerú, s/f), la ficha técnica es un documento que permite calcular costos, rentabilidad, factibilidad, sostenibilidad y datos suficientes para la toma de decisiones en el desarrollo de actividades de exportación hacia mercados ya formados o nuevos. La Tabla N°23, presenta la ficha técnica comercial para el producto de filtrantes aromáticos.

Tabla 23. Ficha Técnica Comercial del producto.

<b>PRODUCTO: FILTRANTES DE HIERBA LUISA, MANZANILLA, CEDRON, BOLDO Y MATICO</b>	
<b>Partida</b>	<b>Descripción</b>
2106.90.71.00	Que contengan como ingrediente principal uno o más extractos vegetales, partes de plantas, semillas o frutos, incluidas las mezclas entre sí.
	
<b>INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
Nombre comercial:	" HERBAL MIX"
Nombre científico:	<i>Aloysia triphylla</i>
Nombre científico:	<i>Chamaemelum nobile</i>
Nombre científico:	<i>Aloysia citrodora</i>
Nombre científico:	<i>Peumus boldus</i>
Nombre científico:	<i>Buddleja globosa</i>
<p><b>Descripción:</b> Filtrante a base de hierbas aromáticas cultivadas en el Perú el cual posee un agradable aroma y sabor. Las hierbas son adquiridas secas, los cuales pasan por un proceso de selección para retirar todas las impurezas que pudieran estar presentes en el producto. Para la obtención de la infusión la materia prima es molida, tamizada y empacada.</p>	
<p><b>Beneficios:</b> Se le atribuyen características que ayuda a combatir el insomnio, controlar el estrés, relajante, antiinflamatorio, fortalece el sistema inmunológico, calma y reduce la ansiedad y analgésico natural, entre otros. Este producto no es medicinal, pero está comprobado que el consumo continuo de sus componentes proporciona beneficios para la salud.</p>	
<p><b>Materia prima:</b> hierba luisa, manzanilla, cedrón, boldo y matico.</p>	
<p><b>Empaque:</b> Cada filtrante contiene 1.0 g de hierba aromática envuelto en papel filtro especial. Cada filtrante se encuentra individualmente sobre envasado por una cubierta de papel.</p>	
<p><b>Presentación del producto:</b> La presentación del producto será en cajas de cartón plegadiza de 10 x 6.2 x 7 cm, que contendrán 25 unidades de filtrantes. Cada caja tendrá 5 variedades de hierbas. La elección del envase de cartón es para que pueda mantener una mejor conservación a temperatura de ambiente. La presentación de nuestro producto es de 25 gramos.</p>	

**Rotulado:** Nombre del producto y Marca, Ingredientes, Nombre y dirección del fabricante, Número de registro sanitario, Recomendación para conservar el producto, Instrucciones para su uso, Lote (N° Producto -Fecha de producción (dd/mm/aa)), Fecha de vencimiento(mm/aaaa), Peso Neto, Servicio al Consumidor y Código de Barras.

**Usos:** El uso del producto es de una bebida final y puede ser consumido tanto frío como caliente.

**Preparación:** Colocar el filtrante en una taza con agua caliente por 2 a 3 minutos, luego ingerirlo al momento.  
Se puede agregar endulzante (azúcar, edulcorante o miel) según el gusto.  
Para tomarlo frío se prepara según lo indicado y se refrigera.

**Condiciones ambientales:** El producto debe de conservarse en un lugar limpio, fresco y seco.

**Vida útil:** La vida útil es de 24 meses a partir de su fecha de elaboración.

**Principales mercados:** Los mercados potenciales son: Estados Unidos, Alemania y Bolivia.

**Ventana comercial:**

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

Fuente: Elaboración Propia.

### 3.2 Investigación del Mercado de Objetivo

Para elegir al mercado objetivo para el producto a exportar, se realizó una búsqueda en portales web como SUNAT, SIICEX, TRADE MAP, de donde se obtuvo información internacional y nacional de la partida 210690.

Tabla 24. Principales importadores a nivel mundial de la partida 210690  
(Expresado en miles de dólares)

<i>Importadores</i>	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
Estados Unidos de América	2,089,856.00	2,165,584.00	2,306,050.00	5,261,333.00	5,799,672.00
China	1,296,657.00	1,484,863.00	1,835,969.00	2,717,012.00	3,125,061.00
Reino Unido	1,933,794.00	1,992,973.00	1,812,991.00	1,940,950.00	1,767,835.00
Alemania	1,427,257.00	1,534,808.00	1,648,789.00	1,766,190.00	1,730,553.00
Corea, República de	915,080.00	1,066,766.00	1,174,692.00	1,380,331.00	1,710,688.00
Países Bajos	1,169,538.00	1,210,668.00	1,300,846.00	1,526,004.00	1,549,484.00
Australia	1,193,919.00	1,206,955.00	915,116.00	1,122,181.00	1,459,633.00
Canadá	1,221,484.00	1,286,892.00	1,346,277.00	1,427,484.00	1,458,645.00

Francia	919,087.00	946,591.00	1,064,625.00	1,207,816.00	1,145,216.00
Hong Kong, China	621,667.00	877,418.00	903,281.00	1,143,004.00	999,137.00

**Fuente:** Elaboración propia en base de Trade Map.

Como se observa en la Tabla N°24, Estados Unidos es el primer país que registra mayor importación de la partida desde el año 2015. Para los años 2018 y 2019, se registra que sus niveles de importaciones han superado los 5,000,000.00 dólares. En segundo lugar, se encuentra China que registra sus niveles de importaciones han superado los 3,000,000.00 dólares para el 2019. También se observan países importadores como Reino Unido, Alemania y Corea; quienes superan los 1,600,000.00 dólares de importación para la partida. Esto significa que hay mercados atractivos para el producto.

Tabla 25. Principales mercados de exportaciones peruanas para la partida 2106907100.

(Expresado en miles de dólares)

Importadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
Estados Unidos de América	399.00	521.00	664.00	743.00	852.00
Alemania	27.00	183.00	28.00	0.00	308.00
Bolivia, Estado Plurinacional de	44.00	17.00	61.00	285.00	291.00
Ecuador	6.00	63.00	28.00	4.00	104.00
Hong Kong, China	59.00	15.00	2.00	30.00	99.00
Chile	99.00	38.00	15.00	29.00	31.00
Letonia	0.00	0.00	0.00	0.00	25.00
Bélgica	55.00	38.00	0.00	26.00	21.00
Japón	27.00	0.00	5.00	2.00	19.00
República Checa	33.00	19.00	20.00	10.00	15.00

**Fuente:** Elaboración propia en base de Trade Map.

Como se puede apreciar, en la Tabla N°25, en cuanto a las exportaciones peruanas para el mundo de la partida 2106907100, se puede concluir que gran parte de la producción nacional se dirigen a los países de Estados Unidos, Alemania, y Bolivia. En cuanto a las exportaciones hacia Estados Unidos, se registra un incremento significativo en los últimos cinco años, siendo una oportunidad de negocio para los filtrantes de hierbas aromáticas.

La información obtenida de las Tablas N°24 y N°25, permite intercambiar información para determinar los potenciales mercados de exportación. Por lo



expuesto, se estableció a Estados Unidos, Alemania y Bolivia como tres posibles alternativas a los cuales es viable derivar el producto como mercado de destino.

Como se mencionó anteriormente, los siguientes tres países serán analizados para la selección de mercado:

- Estados Unidos
- Alemania
- Bolivia

Reanudando con el análisis y con el fin de ir definiendo la selección del mercado objetivo, se va a desarrollar una matriz de selección de mercado con 10 criterios de cada país; tales como: Acuerdos comerciales, Barreras arancelarias, Preferencias arancelarias, Barreras no arancelarias, Población, PBI per cápita, Demanda del Mercado (Valor), Riesgo país, Inflación y Competencia de Mercado (Cantidad). Para validar la información se tomará la data de SUNAT, TRADE MAP, VERITRADE, CIA, CESCE, MACMAP y SIICEX.

A continuación, se presenta el análisis de la matriz de selección de mercados. De acuerdo con las ponderaciones para cada criterio de selección, según su relevancia para el estudio, y puntuando del 1 al 5, siendo 1 la calificación más baja y 5, la más alta.

Tabla 26. Matriz de selección de mercados

Factores relevantes para el análisis	Peso relativo (%)	Información del mercado del potencial			Alternativas de mercado potencial			Puntuación obtenida		
		Estados Unidos	Bolivia	Alemania	Estados Unidos	Bolivia	Alemania	Estados Unidos	Bolivia	Alemania
Acuerdos comerciales	8%	Acuerdo de Promoción Comercial PERÚ - EE. UU.	Acuerdo de Libre Comercio entre Perú - Comunidad Andina	Acuerdo Comercial entre Perú y la Unión Europea	5	5	5	0.4	0.4	0.4
Barreras arancelarias	14%	6.40%	10.00%	17.30%	4	3	2	0.56	0.42	0.28
Preferencias arancelarias	15%	0%	0%	0%	4	4	4	0.6	0.6	0.6
Barreras no arancelarias	16%	Alta exigencia	Baja exigencia	alta exigencia	3	4	3	0.48	0.64	0.48
Población	8%	332,639,102	11,639,909	80,159,662	4	2	3	0.32	0.16	0.24
PBI - per cápita	8%	\$59,800	\$7,600	\$50,800	4	2	3	0.32	0.16	0.24
Demanda valor (miles de dólares)	7%	852	291	308	4	2	3	0.28	0.14	0.21
Riesgo país (confianza)	7%	Situación económica interna: regular / Situación política: muy estable / Situación Externa: desfavorable	Situación económica interna: regular / Situación política: Relativamente estable / Situación Externa: favorable	Situación económica interna: Regular / Situación política: Muy estable / Situación Externa: favorable	4	3	4	0.28	0.21	0.28
Inflación	7%	2.1%	2.80%	1.70%	3	2	4	0.21	0.14	0.28
Competencia	10%	Alta	Baja	Alta	3	4	3	0.3	0.4	0.3
	<b>100%</b>							<b>3.75</b>	<b>3.27</b>	<b>3.31</b>

Fuente: CIA, Siicex, CESCE, SUNAT, Trade map.

Como se observa, en la Tabla N°26, el país con mejores índices es Estados Unidos, logrando una puntuación de **3.75**, seguido por Alemania con **3.31**. Las barreras arancelarias, la población total, el PBI per cápita y el nivel de demanda son las ventajas comparativas más sobresalientes de Estados Unidos en el análisis. Asimismo, es importante considerar que Perú y Estados Unidos cuentan con un Acuerdo de Promoción Comercial, que establecen facilidades y preferencias en cuanto al acceso de diferentes productos, incluyendo la liberación total del pago de aranceles. Siendo nuestro producto beneficiado por el presente acuerdo.

### **3.2.1 Segmentación de mercado objetivo**

#### **3.2.1.1 Segmentación de mercado objetivo macro**

##### **A. Información general**

Según(SIICEX, 2019) Estados Unidos de América es una república federal constitucional compuesta por 50 estados y un distrito federal. Su capital es Washington D.C. La población se estima en 322 millones de habitantes. La estructura de la población estadounidense se divide de la siguiente manera:19% son menores de 14 años, 66% se encuentra entre 15 y 64 años, mientras que el 15% restante tiene más de 65 años. La edad mediana es de 38 años, y la esperanza de vida es 79 años. El idioma oficial es el inglés, con más de 82% de personas que hablan como primera lengua. Seguido por el 11% que hablan español, un 4% que hablan lenguas indoeuropeas, mientras que el 3% usa dialectos de la región Asia – Pacífico. El país alberga diversidad de religiones, por ejemplo, la religión principal es el protestantismo, seguido por los católicos y tercero por los mormones.

##### **B. Situación Económica**

(FMI, 2020) Estados Unidos es la mayor economía a nivel mundial, sobre China. La economía creció 2,3% en 2019 en comparación con 2,9% en 2018 y se estima que el crecimiento caerá a -5,9% en 2020 debido al brote de COVID-19, y luego repuntará a 4,7% en 2021. La tasa de inflación bajó a 1,8% en 2019, cerca del objetivo de 2% fijado por la Reserva Federal. La tasa de inflación debería bajar a 0,6% en 2020, y aumentar a 2,2% en 2021, según las últimas Perspectivas de la Economía Mundial del FMI. La tasa de desempleo bajó de 3,9% a 3.7% en 2019.

Sin embargo, se prevé que esta tendencia se vea fuertemente afectada por el impacto económico negativo de la pandemia. Se estima que la tasa aumentará a 10,4% en 2020 y bajará ligeramente a 9,1% en 2021.

### **C. Principales sectores económicos**

Estados Unidos es un país industrializado con altos niveles de productividad y uso constante de tecnologías modernas. El sector agrícola sólo representa 0,9% del PIB y emplea sólo el 1.4% de la fuerza laboral. El sector manufacturero aporta el 11,7% del PIB y emplea al 10,6% de la fuerza laboral, se espera que el sector disminuya en 2020, debido a las medidas de distanciamiento social implementadas por la pandemia de COVID-19. Los servicios representan el 80.5% del PBI y emplea a más de 79.40% de la fuerza laboral del país. Una gran parte del PIB se compone del sector de finanzas, seguros, bienes raíces, renta y del sector de servicios educacionales, salud y asistencia social. El valor real de los ingresos recibidos por turismo y negocios creció un 4,1% en 2019, sin embargo, los ingresos por turismo y negocios se verán seriamente afectados por el impacto del brote de COVID-19 en el 2020. (Euromonitor Internacional, 2020)

### **D. Perspectivas Económicas**

(Euromonitor Internacional, 2020) Considera que la economía de los Estados Unidos se reduzca un 6,5% en 2020, una reducción de 7,5 puntos porcentuales desde el pronóstico de enero de 2020, con riesgos significativos a la baja, después de ganancias del 2,3% en 2019. Las consecuencias relacionadas con las medidas económicas y sociales para contener el virus COVID-19 han afectado a esta nación. Los efectos de la pandemia se harán sentir tanto en la demanda interna como en el sector externo, adicional a ello, la demanda estadounidense como la mundial disminuirán frente al virus. El valor real del consumo final privado creció un 2,6% en 2019 y se estima una caída del 6,7% en 2020. El impacto relacionado con el virus afectará la demanda interna en 2020, con graves consecuencias para el consumo privado.

## E. Intercambio comercial Perú – Estados Unidos

(MINCETUR, s/f) El Acuerdo de Promoción Comercial Perú – EE. UU. se firmó en Washington D.C. el 12 de abril de 2006; y entró en Vigor el 1 febrero 2009. En este acuerdo se negociaron varios temas, las más importantes fueron: Trato Nacional y Acceso a Mercados, Administración Aduanera y Facilitación del Comercio, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, entre otros. EE. UU es uno de los principales mercados de destino de exportación de productos peruanos. En el año 2004, se decidió iniciar las negociaciones para un tratado de libre comercio, para proporcionar una apertura comercial integral permanente que brindaría la estabilidad para el incremento de inversiones en el sector exportador. Es por ello que, a partir de 2009, el APC vigente entre el Perú y los EE. UU permite potenciar el desarrollo económico del Perú a través del comercio.

### 3.2.1.2 Segmentación de mercado objetivo micro

Luego de haber escogido el mercado de Estados Unidos como país a exportar, para la microsegmentación del mercado objetivo, se debe determinar el mercado objetivo (ciudad); es por ello que, se tomó como referencia inicial, el nivel de población de cada estado, escogiendo a California (Los Ángeles), Nueva York (Nueva York) y Illinois (Chicago) como los de mayor número de habitantes. (ver Tabla N°27 y Tabla N°28)

Tabla 27. Población de los Estados de USA

ESTADOS	POBLACIÓN
California	39,557.05
Texas	28,701.85
Florida	21,299.33
Nueva York	19,542.21
Illinois	12,807.06
Pensilvania	12,741.08
Ohio	11,689.44
Georgia	10,519.48
Carolina del Norte	10,383.62
Míchigan	9,995.92

Fuente: Elaboración Propia según DatosMacro.

Tabla 28. Población de las principales ciudades estadounidenses.

CIUDADES	POBLACIÓN
Los Ángeles	3.979.576
Nueva York	8.336.817
Chicago	2.693.976
San Francisco	881,549
Houston	2,320,268
Miami	467,963
Atlanta	506,811
Dallas	1,343,573
Filadelfia	1,584,064
Phoenix	1,680,992
Detroit	670,031
Boston	692,600
Minneapolis	429,606
San Diego	1,423,851
Seattle	753,675

Fuente: (CENSUS BUREAU, 2019).

Tabla 29. Principales estados consumidores de la P.A 2106909887 en Estados Unidos  
(En valor de \$)

District	Suma de Year 2015	Suma de Year 2016	Suma de Year 2017	Suma de Year 2018	Suma de Year 2019
Los Angeles, CA	987,889	3,948,705	17,517,054	17,656,448	17,408,042
New York, NY	1,824,462	8,810,804	10,169,860	11,193,511	13,441,339
Chicago, IL	124,667	1,687,435	2,731,639	2,787,105	10,476,404
Norfolk, VA	906,693	669,020	4,902,147	4,603,859	7,619,772
Ogdensburg, NY	47,230	636,674	1,776,712	2,426,231	3,462,204
San Francisco, CA	404,334	556,385	5,109,250	3,873,319	2,848,101
Seattle, WA	815,750	544,470	2,474,562	1,765,342	1,382,006
Buffalo, NY	867,908	439,992	901,487	1,541,663	1,249,346
Laredo, TX	438,329	392,968	1,301,566	914,917	1,171,057
Tampa, FL	2,555,698	377,144	684,032	1,088,490	1,027,897

Fuente: Elaboración Propia, según USITC

Como se observa en la Tabla N° 29, se muestra el nivel de consumo de la partida arancelaria 2106.90.9887, el cual es la partida Tés de hierbas e infusiones de hierbas que comprenden hierbas mixtas en los Estados Unidos. El estado de Nueva York ocupa el segundo lugar como consumidor de este producto, ya que ha tenido un crecimiento continuo por el consumo de infusiones durante los últimos 5 años.

Se puede apreciar un crecimiento del 20% en el 2019 comparado con un año anterior.

Tabla 30. Principales estados consumidores de la P.A. 2106909887 en Estados Unidos  
(en kilogramos)

District	Suma de Year 2015	Suma de Year 2016	Suma de Year 2017	Suma de Year 2018	Suma de Year 2019
New York, NY	728,353.00	997,143.00	1,431,613.00	1,571,663.00	1,787,736.00
Los Angeles, CA	504,069.00	895,073.00	1,049,249.00	963,668.00	1,313,465.00
Chicago, IL	45,276.00	75,618.00	268,588.00	286,059.00	575,791.00
Norfolk, VA	29,627.00	49,709.00	196,453.00	179,705.00	271,370.00
Laredo, TX	17,131.00	41,580.00	209,293.00	170,909.00	206,977.00
San Francisco, CA	18,326.00	38,467.00	130,017.00	154,778.00	138,684.00
St. Louis, MO	47,761.00	36,733.00	114,809.00	137,698.00	136,638.00
Miami, FL	21,544.00	29,789.00	102,491.00	125,191.00	125,022.00
Ogdensburg, NY	15,154.00	23,911.00	86,349.00	115,463.00	114,043.00
Cleveland, OH	99,094.00	20,504.00	28,353.00	97,143.00	77,648.00
Seattle, WA	15,584.00	15,886.00	104,069.00	95,073.00	64,513.00

Fuente: Elaboración Propia, según USITC.

Como se detalla en la Tabla N° 30, las principales ciudades de Estados Unidos que consumen en cantidades significativas según partida 2106.90.9887 son Nueva York, Los Ángeles y Chicago. Nueva York, ha tenido un incremento continuo en las cantidades consumidas durante los cinco años. Se puede observar que dicha ciudad ha logrado un gran crecimiento en comparación a otras ciudades del país con una variación de 13.75% en el 2019 en comparación con el año 2018.

Como se indicó anteriormente, para poder definir correctamente el mercado, no sólo se ha considerado el nivel de población como único criterio de evaluación sino se ha construido una matriz con criterios adicionales: Ingresos por hogares, PBI per cápita, demanda, y edades. Por lo tanto, se detalla una tabla con los principales indicadores para la selección de los tres estados de destino:

Tabla 31. Matriz de selección de mercados – Microsegmentación.

<b>INDICADORES</b>	<b>NEW YORK, NY</b>	<b>CHICAGO, IL</b>	<b>LOS ÁNGELES, CA</b>
Ingreso por hogares de (35,000 - 100,000)	717,519	215,518	319,264
Ingreso Per cápita	35,761\$	40,277\$	31,563\$
Demanda (KG)	1,787,736.00	575,791.00	1,313,465.00
Población	8.336.817	2.693.976	3.979.576
Edades (25- 60 años)	3,310,866	1,050,650	1,583,171
Población empleada de (16 - a más)	6,954,418	2,182,120	3,205,315

Fuente: Elaboración: Propia, según CENSUS BUREAU

Como se observa, la Tabla N° 31, muestra los principales datos socioeconómicos del estado de Nueva York, Chicago y Los Ángeles, teniendo como ciudad resaltante Nueva York por tener una de las mejores cifras en base a la población. En cuanto al PBI e ingreso per cápita asciende a un valor de 35,761 el cual lo posiciona debajo de la ciudad de Chicago con un valor de 40,277, a pesar de esta diferencia Nueva York sigue siendo una ciudad importante para la selección de mercado, debido a su gran % de población, demanda e ingresos por hogares.

A continuación, se realizará un análisis objetivo de la matriz a través de una ponderación y finalmente se elegirá a la ciudad que será el micro mercado objetivo.

Tabla 32. Análisis de matriz de selección – Microsegmentación  
Calificación: 1 muy malo – 5 muy bueno

<b>Indicadores</b>	<b>Nivel de importancia</b>	<b>New york, NY</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Chicago, IL</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Los Ángeles, CA</b>	<b>Puntaje</b>
<i>Ingreso por hogares de (35,000 - 100,000)</i>	13%	4	0.52	2	0.26	3	0.39
<i>Ingreso Per cápita</i>	20%	3	0.6	4	0.8	2	0.4
<i>Demanda (KG)</i>	22%	5	1.1	3	0.66	4	0.88
<i>Población</i>	10%	4	0.4	2	0.2	3	0.3
<i>Edades (25- 60 años)</i>	20%	5	1	3	0.6	4	0.8
<i>Población empleada de (16 - a más)</i>	15%	4	0.6	2	0.3	3	0.45
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>4.12</b>		<b>2.82</b>		<b>3.32</b>

Fuente: Elaboración Propia, según CENSUS BUREAU.



Del análisis realizado en la Tabla N° 32, se consiguió como resultado que la ciudad de Nueva York representa el lugar con mejores indicadores para exportar el producto ya que obtuvo mayor puntaje entre las ciudades de Chicago y Los Ángeles. Para cada indicador se utilizó información de Census Bureau, y según el nivel de importancia que tiene cada uno se calificó cada alternativa de mercado objetivo, en base a nuestro criterio.

## Nueva York

### a) Introducción

Según (ICEX, 2018) El estado de Nueva York está situado en el noreste de Estados Unidos. El PIB de Nueva York en 2017 fue de 1,61 billones de dólares, un 8,24% del PIB de todo Estados Unidos. El crecimiento económico fue de 4,3 % frente al 2,1 % nacional durante el 2017. Es el tercer estado del país por orden del PIB, sólo por detrás de California y Texas. Se deduce que, si Nueva York fuese un país independiente, sería la 11<sup>va</sup> economía más importante del mundo, con un PIB equivalente al de Corea del Sur o Rusia. El área metropolitana de la ciudad de Nueva York (Nueva York-Newark-Jersey City) es la primera por PIB de EE. UU. El PIB per cápita fue 71.252 dólares en 2017, lo que hace que Nueva York ocupe el segundo puesto de los cincuenta estados de EE. UU que presenta un valor más alto, sólo por detrás del Distrito de Columbia y Massachusetts.

Con respecto al comercio exterior, las exportaciones del estado alcanzaron en 2017 un valor de 77.915 millones de dólares, un 5% del total de EE. UU. Asimismo, el estado de Nueva York cuenta con un 19,2% de población de origen latino, porcentaje que se eleva hasta el 29% en la ciudad de Nueva York (US Census Bureau, 2018).

En la Tabla N° 33, se puede observar la distribución del PIB del estado de Nueva York entre los diversos sectores de actividad:

Tabla 33. Distribución del PIB del estado de Nueva York

ACTIVIDAD	Renta (millones de dólares) en 2018	Porcentaje por sector de actividad	Contribución porcentual Renta EE.UU
Sector privado	1,446.576	90.04%	8.49%
Agricultura, pesca y ganadería	2,477	1,54%	1,46%
Minería	842	0,05%	0,31%
Suministros (gas, agua, electricidad)	21,853	1,36%	7,11%
Construcción	47,497	2,96%	6,08%
Industria manufacturera	72,586	4,52%	3,33%
Comercio al por mayor	73,745	4,59%	6,28%
Venta al por menor	71,523	4,45%	6,58%
Distribución y almacenaje	31,516	1,96%	5,18%
TIC	131,872	8,21%	12,55%
Finanzas y seguros	306,948	19,11%	20,94%
Inmuebles, alquileres y rentas	227,905	14,19%	8,80%

Fuente: US Bureau of Economic Analysis (2018).

### b) Clima

El clima en el estado de Nueva York se define como continental húmedo, presente en la mayoría del noreste del país. La parte sur del estado, en especial la ciudad de Nueva York, Long Island y las partes bajas del valle del Hudson, poseen veranos cálidos y húmedos e inviernos fríos, aunque ligeramente suaves si se compara con las temperaturas del resto del estado, debido a la cercanía del Océano Atlántico y su menor altitud. La precipitación es abundante y uniforme durante todo el año. La parte norte del estado posee veranos cálidos en las llanuras y frescos en las montañas, e inviernos muy fríos y largos. Además, la parte occidental del estado recibe fuertes nevadas en invierno debido al denominado “lake-effect snow” (ICEX, 2018)

### c) Población

(ICEX, 2018) Según US Census Bureau del julio de 2017, afirman que el estado de Nueva York está habitado por 19.54 millones de habitantes, un 2,4% más de la cifra alcanzada en el último censo, del año 2010. Nueva York está viviendo un

proceso de concentración poblacional en el que solamente están creciendo las áreas aledañas a la ciudad de Nueva York. El motivo principal ha sido la deslocalización de centros productivos por parte de multinacionales y empresas de gran tamaño que ha provocado tasas de paro estructurales elevadas y, por consecuencia, la emigración de su población. Cabe resaltar que, la población blanca es la más numerosa del estado con un 69,6%, luego la raza negra con un 17,7%, la asiática con un 9,1%, la mestiza con un 2,5% y la amerindia con un 1,1%. Los latinos de cualquiera de las razas anteriores representan un 19,2% de la población.

Tabla 34. Indicadores Demográficos de las principales ciudades de Nueva York.

CIUDADES	POBLACIÓN	% ESTADO	CRECIMIENTO (2010-2017)
Nueva York	8.336.817	43.44%	+5,50%
Buffalo	258.600	1,30%	-1,15%
Rochester	208.000	1,04%	-0,95%
Yonkers	200.800	1,01%	+2,50%
Syracuse	143.400	0,72%	-1,31%
Albany	98.100	0,50%	+0,20%
TOTAL	19,850.000	100%	+2,40%

Fuente: US Census Bureau (2018).

#### d) Infraestructura

(ICEX, 2018) indica lo siguiente:

- **Aeropuerto:** El estado de Nueva York cuenta con 129 aeropuertos públicos y 267 aeropuertos privados, de los que 18 se consideran aeropuertos comerciales primarios, reuniendo mayor volumen de pasajeros. Nueva York comparte competencias de infraestructuras con el estado de Nueva Jersey, con el que ha creado una entidad conjunta para la gestión de puentes, túneles, aeropuertos y puertos marítimos. El aeropuerto más importante de este estado es el de John F. Kennedy International Airport, que ocupa el 6to puesto en el país.
- **Puerto:** El principal puerto del estado es el de Nueva York y Nueva Jersey, ocupando el tercer puesto en el país por detrás de los puertos de

Los Ángeles y Long Beach. En 2017 tuvo un tráfico total de 6,7 millones de TEUs. 3,3 millones de TEUs dedicados a las exportaciones y 3,4 millones de TEUs a las importaciones.

Tabla 35. Medición de mercado objetivo.

<b>Criterios</b>	<b>2020</b>
Población de Estados Unidos	332,639,102
% poblacional	5.87%
Estado de New York	19,542,210
% poblacional en New York	42.66%
Ciudad de los New York	8,336,817
% Población empleada	95.60%
Población empleada	6,954,418
% Población de edades de 25 a 60 años	24.93%
Población de edades de 25 a 60 años	1,734,057
Mercado disponible (n)	1,734,057
Consumo per cápita (q)	0.2
Demanda potencial (Q)	346,811.40
Importaciones de New York (USITC)	1,787,736
Exportaciones de New York (USITC)	983,542.32
Demanda insatisfecha	1,151,005.08
Cuota de mercado %	0.15%
Cantidad a exportar	1,728.00

Fuente: Elaboración Propia, según Census Bureau, CIA, Euromonitor internacional.

Según se aprecia en la Tabla N°35, la población del estado de New York representa más del 5.87% del total de la población Estados Unidos, se segmenta a la ciudad de New York que representa el 42.66% del estado del New York lo cual es muy favorable para la venta del producto. Luego se segmenta por población empleada que representa el 95.60% del estado de New York, además el 24.23% de esta población son personas entre los 25 y 60 años en los cuales estaría enfocado el público objetivo, si se observa la demanda insatisfecha se puede ver que también es elevada lo que favorecerá la inserción del producto en el mercado.

Para fines del análisis del mercado, es importante tener más información sobre la demanda potencial del mercado ya que esta permitirá elaborar las estrategias para acceder al mismo.

De acuerdo con la información recaudada en la tabla, se procederá con el armando de la estructura de la demanda:

$$Q = n * q$$

Donde:

Q: demanda potencial del mercado

n: mercado disponible

q: consumo per cápita

Con los datos de la tabla y fórmula anterior se puede completar la información de la demanda potencial del mercado. A continuación, se muestra la información en la Tabla N°36:

Tabla 36. Demanda total del producto.

<b>Mercado disponible (n)</b>	<b>1,734,057</b>
<b>Consumo per cápita (q)</b>	<b>0.2</b>
<b>Demanda potencial (Q)</b>	<b>346,811.40</b>

Fuente: Elaboración propia.

Una vez que se tiene los datos específicos en la tabla anterior, se puede observar que “q” es la cantidad en kg de infusiones consumida anualmente por persona, es decir que cada persona consume 0.20 kg de infusiones por año y que la demanda potencial del mercado es de 346,811.40 kg.

La demanda potencial es una demanda estimada que muestra hasta donde puede crecer el mercado comparándose con otras realidades, para ello es necesario contar con datos como la cantidad de población, consumo per cápita, hábitos de compra, patrones de consumo entre otros.

Lo dicho hasta aquí supone que se haga una explicación más específica de la información, más aún tomando en cuenta que el micro mercado objetivo es la ciudad de Nueva York, en la siguiente tabla se muestra información específica de dicha ciudad.

Tabla 37. Demanda potencial de infusiones en la ciudad de New York.

<b>Demanda potencial (Q)</b>	<b>346,811.40</b>
<b>Importaciones de New York (USITC)</b>	<b>1,787,736</b>
<b>Exportaciones de New York (USITC)</b>	<b>983,542.32</b>
<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>1,151,005.08</b>
<b>Cuota de mercado %</b>	<b>0.15%</b>

<b>Cantidad a exportar</b>	1,728.00
----------------------------	----------

Fuente: Elaboración Propia, Según USITC.

En la Tabla N°37, se muestra que la demanda insatisfecha es de 1,151,005.08 kg, para la determinación de dicha demanda, se ha agregado la demanda potencial, la importación, y se resta la exportación y se toma una cuota de mercado de 0.15% que representa los 1728 kg. Que la empresa exportará el primer año.

Tabla 38. Distribuidores que importan con la partida 2106.90.9887 a Nueva York.

<b>DISTRIBUIDORES</b>	<b>VALOR U\$ CIF TOT</b>	<b>PARTICIPACIÓN</b>
KAPOK NATURALS LLC 10380 SW VILLAGE CENTER DR UNIT 3007 PORT MEGABUSINESS LLC	2,162,623.79	46.36%
Karinli Import & Export Products, Corp.	794,892.69	17.04%
KARINIL IMPORT & EXPORT PRODUCTS. CORP.	584,601.00	12.53%
JP TRADING AND GLOBAL IMPORTS LLC 3	473,386.00	10.15%
FITO GLOBAL INC. 857 GROVE AVE. LAURENCE HARBOR NJ 08879 US	262,230.00	5.62%
KAPOK NATURALS LLC	210,872.19	4.52%
MEGABUSINESS LLC 84 SHELTER ROCK RO	91,415.00	1.96%
Total general	85,318.52	1.83%
	4,665,339.19	100%

Fuente: Elaboración propia, según Veritrade.

Como se puede apreciar en la Tabla N° 38, se observa a las ocho principales empresas distribuidoras de la partida 2106.90.9887 en New York. La empresa KAPOK NATURALS es quien tiene un 46.36% de participación en el mercado.

Tabla 39. Distribuidores de alimentos en Nueva York.

<b>Razón social</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Página Web</b>
Diamond Rock Food Import	1199 Sunrise Hwy, Suite 2-3 Copiague, NY 11726	(631) 842-4410	<a href="http://diamondrockfoods.com/">http://diamondrockfoods.com/</a>
Atalanta Corporation	1 Atalanta Plaza Elizabeth, NY 07206	(908) 351 8000	<a href="http://www.atalantacorp.com/">http://www.atalantacorp.com/</a>
Fresh Fanatic, Inc	88 Washington Ave. Brooklyn, NY 11205	(888) 373-7404	<a href="http://www.freshfanatic.com/">http://www.freshfanatic.com/</a>
Roland Foods, LLC	71 West 23rd Street Nueva York, NY 10010	(212) 741-8290	<a href="https://www.rolandfoods.com/">https://www.rolandfoods.com/</a>
Chen Xi Food Inc	28 Forsyth St New York, NY 10002	(212) 219-3042	<a href="http://www.chen-xi.com/">http://www.chen-xi.com/</a>
Pax wholesome foods	80 W 40th St New York, NY 10018	(212) 221-0301	<a href="http://www.pax-wholesome.com/">http://www.pax-wholesome.com/</a>
Deja Foods	2 W 57th St New York, NY 10019	(212) 659-7739	<a href="https://dejafood.com/">https://dejafood.com/</a>

Fuente: Elaboración propia según Yellow page USA, 2019.

Como se puede apreciar en la Tabla N°39, se mencionan los principales distribuidores de alimentos en Nueva York, los cuales comercializan todo tipo de alimentos envasados para el consumo humano entre ellos, filtrantes naturales.

### **3.3.2 Tendencias de consumo**

#### **3.3.2.1 Perfil del consumidor**

Según (SIICEX, 2019) El estadounidense es considerado una persona consumista y normalmente dispuesto a darle oportunidad a productos nuevos y novedosos. La búsqueda de información que realiza con respecto al producto que consume, lo califica como una persona exigente. De igual manera, tiene presente la conciencia ambiental. Tiene bien claro cuáles son las leyes que lo protegen y sus derechos como consumidor y no dudará en hacer una demanda ante los daños generados por los productos defectuosos. Si bien es cierto, el precio es una variable importante al decidir una compra, pero también lo son: la calidad, la garantía y el servicio post venta. Los productos que puedan acogerse a la novedad y/o exclusividad, son más valorados por la calidad y no tanto por el precio.

El tercer gasto más relevante para el consumidor es en alimentos. El gasto promedio es de \$ 7.023 dólares en comida por año, de los cuales \$4.015 están asociados a gastos en comida para el hogar y \$3.008 a gastos en restaurantes y establecimientos fuera del hogar. El consumidor se caracteriza por buscar un estilo de vida saludable y está informado de los atributos de los productos que compra. Según un estudio hecho por el Hartman Group, indica que hay una tendencia de ir más veces durante la semana al supermercado, pero a realizar compras pequeñas en vez de realizar compras grandes; es así que, los establecimientos están ofreciendo más diversidad y abriendo espacio a nuevos productos. (PROCHILE, 2019)

#### **3.3.2.2 Características del empresario**

(PROCHILE, 2019) El empresario estadounidense no tiene la costumbre de tener negociaciones prolongadas y de largos periodos de espera, sino que tratan de resolver los problemas rápidamente. La frase “el tiempo es dinero” está asociado con los ejecutivos estadounidenses ya que por lo general su agenda está completamente llena de reuniones o tareas por realizar. Por tal motivo, se requiere

que la otra parte negociadora llegue y termine la reunión a la hora acordada y con los materiales en inglés.

### **3.3.2.3 Estrategia de negociación**

El estilo de negociación en los EE. UU obliga a ser eficiente con una presentación clara, precisa y concisa de los hechos. Contar con actitudes positivas relacionadas con ser sincero, directo y no ocultar información crucial al momento de presentar un negocio. Los estadounidenses buscan establecer relaciones de negocios, en las cuales se guían por las opiniones que reciben y la intuición. Por consiguiente, es fundamental en el proceso de presentación del modelo de negocios ganar su confianza y aceptación. (PROCHILE, 2019)

### **3.3.2.4 Normas de Protocolo en reuniones de negocios**

(PROCHILE, 2019) En los EE. UU las personas de negocios se saludan de la mano de manera firme y mirándose a los ojos. El empresario debe considerar la importancia de la vestimenta y presentación personal, ya que es la primera carta de presentación, por ello, se sugiere una vestimenta conservadora que demuestre profesionalismo y seriedad. Considerar como tema importante la puntualidad. Por lo general, los estadounidenses son muy puntuales por lo que se recomienda tratar de llegar a las reuniones con 10 minutos de anticipación y para la mantención de los contactos y próximas etapas después de la reunión, es fundamental hacer seguimientos.

### **3.3.2.5 Salud y bienestar en EE. UU**

Las tendencias de salud y bienestar se afianzaron en el grupo de categorías de alimentos y bebidas durante el 2019. La funcionalidad es otro atributo para abarcar productos más accesibles. Gran parte de esta difusión de la salud y el bienestar es el resultado de los consumidores que buscan un mayor acceso a productos saludables y convenientes. El deseo de conveniencia seguirá creciendo junto con la conciencia de la nutrición y la vida ética, apoyando el desarrollo de productos de salud y bienestar en alimentos y bebidas envasadas.



Tabla 40. Ventas de salud y bienestar por categoría: valor 2014-2019.

Millones de dólares	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Bebidas HW	56.172,3	58.514,9	59.597,1	59.315,9	61.346,3	63.892,3
- Bebidas calientes HW	2.725,9	2.738,7	2.736,3	2.755,0	2.815,0	2.878,8
- Refrescos HW	53.446,4	55.776,3	56.860,7	56.560,9	58.531,3	61.013,6
Alimentos envasados HW	106.261,5	106.808,9	107.598,9	108.635,7	109.693,3	111.253,1
- Comida para bebés HW	5.468,5	5.524,6	5.630,4	5.700,9	5.849,1	5.997,8
- Productos horneados HW	6.064,5	6.291,4	6.605,4	7.054,0	7.414,6	7.752,3
- Cereales para el desayuno HW	10.939,7	10.828,5	10.728,7	10.536,7	10.492,9	10.418,1
- Carnes y mariscos procesados refrigerados HW	69,2	79,2	110,8	144,0	214,0	282,9
- Confitería HW	4.983,2	5.127,2	5.134,9	5.115,5	5.158,8	5.313,5
- Lácteos HW	37.161,2	36.370,6	35.774,9	35.371,0	34.406,5	34.215,9
- Aceites comestibles HW	1.387,3	1.426,6	1.500,7	1.551,3	1.609,0	1.652,5
- Carne congelada, mariscos, frutas y verduras HW	3.326,0	3.238,9	3.254,1	3.167,8	3.244,3	3.345,6
- Helados HW y postres helados	2.790,9	2.807,8	2.940,3	3.182,4	3.303,3	3.387,9
- Comidas listas para HW	6.153,4	6.233,0	6.349,7	6.613,3	6.818,1	6.965,6
- Arroz HW, Pasta y Fideos	1.237,8	1.284,9	1.240,7	1.220,8	1.231,1	1.241,7
- Salsas, Aderezos y Condimentos HW	1.947,6	2.009,0	2.190,8	2.278,3	2.379,7	2.443,2
- Aperitivos salados HW	8.500,2	8.843,6	8.917,6	9.064,3	9.299,5	9.583,6
- Carne, mariscos, frutas y verduras de larga conservación	1.902,5	1.819,8	1.758,5	1.684,3	1.609,7	1.557,7
- Sopa HW	2.753,0	2.673,8	2.666,3	2.653,4	2.669,2	2.680,8
- HW Untables	1.061,9	1.125,4	1.188,1	1.244,3	1.269,2	1.294,0
- Galletas dulces, barras de refrigerio y refrigerios de frutas HW	10.453,7	11.050,0	11.508,6	11.906,7	12.503,2	12.812,8
Salud y Bienestar	162.433,8	165.323,8	167.196,0	167.951,6	171.039,6	175.145,4

**Fuente:** Euromonitor International

Como se puede observar en la Tabla N°40, el consumo de bebidas calientes viene creciendo desde el 2016 con una variación de 2.24% en el 2019 en comparación con el año 2018.

### 3.3 Análisis de la oferta y la demanda

#### 3.3.1 Análisis de la oferta

##### 3.3.1.1 Análisis de la oferta mundial

En cuanto al análisis de la oferta, en la Tabla N°41, se muestra a los principales exportadores de la partida 210690 pero expresado en toneladas exportadas en los años 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019. Según la información que se observa en dicha

tabla, la exportación a nivel global de los productos que corresponden a esta partida ha tenido una variación anual de las toneladas exportadas.

Singapur, Tailandia y Alemania son los principales países exportadores para los productos de esta partida y se observa que para los tres países el crecimiento de exportación ha ido en aumento durante los años 2015 al 2019; solo en el año 2016 y 2017, Singapur sufrió una caída de aproximadamente de 9477 toneladas en la exportación.

Tabla 41. Toneladas exportadas de los principales países exportadores para la partida 210690

Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Cantidad exportada	Cantidad exportada	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada	Cantidad exportada
Singapur	148,285.00	122,067.00	112,590.00	305,405.00	1,349,095.00
Tailandia	559,510.00	615,212.00	648,197.00	665,863.00	798,782.00
Alemania	641,925.00	651,321.00	663,439.00	678,362.00	699,832.00
Estados Unidos de América	0.00	712,530.00	570,852.00	627,018.00	656,110.00
Países Bajos	576,690.00	675,158.00	585,691.00	597,655.00	611,738.00
China	312,693.00	344,510.00	381,897.00	439,882.00	484,609.00
Francia	315,832.00	332,483.00	357,578.00	351,112.00	348,255.00
Italia	208,781.00	221,872.00	278,559.00	298,019.00	326,278.00
Bélgica	259,804.00	269,227.00	266,147.00	288,752.00	280,981.00
Malasia	206,283.00	232,649.00	255,462.00	275,133.00	280,215.00

Fuente: Elaboración propia, según Trade Map.

Tabla 42. Valores unitarios por tonelada para la partida 210690

Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Valor unitario exportado	Valor unitario exportado	Valor unitario exportado	Valor unitario exportado	Valor unitario exportado
Estados Unidos de América		7,142.00	8,471.00	8,188.00	8,218.00
Singapur	9,691.00	11,938.00	13,376.00	15,566.00	3,835.00
Alemania	4,530.00	4,752.00	5,086.00	5,409.00	5,241.00
Países Bajos	4,861.00	4,278.00	4,758.00	5,300.00	5,146.00
China	3,466.00	3,409.00	3,257.00	3,486.00	3,629.00
Francia	4,621.00	4,568.00	4,717.00	4,911.00	4,742.00
Reino Unido	7,148.00	7,230.00	7,604.00	7,479.00	7,598.00
Tailandia	1,887.00	1,824.00	1,935.00	1,913.00	1,775.00
Italia	3,819.00	4,134.00	4,198.00	4,563.00	4,196.00
Polonia	4,292.00	4,608.00	4,804.00	5,087.00	4,977.00

Fuente: Elaboración propia, según Trade Map.

Como se puede apreciar, en la Tabla N°42, se muestra el valor unitario por tonelada para la partida 210690, donde se observa que el crecimiento unitario exportado para los países de Estados Unidos, Singapur y Alemania es variable

durante los años 2015-2019. Por ejemplo, en los Estados Unidos existe una variación de 0.37% en el 2019 en comparación con el año 2018.

### 3.3.1.2 Oferta nacional Perú a nivel mundial

A continuación, se muestra las exportaciones peruanas de la partida 2106.90.71.00 hacia el mundo, destacando como principales y potenciales compradores los países de Bolivia, Estados Unidos y Alemania.

Tabla 43. Total de exportaciones peruanas de la partida 2106907100 a nivel mundial  
(En kilogramos)

Importadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Cantidad exportada, Kilogramos	Cantidad exportada, Kilogramos	Cantidad exportada, Kilogramos	Cantidad exportada, Kilogramos	Cantidad exportada, Kilogramos
Bolivia, Estado Plurinacional de	1,790.00	610.00	8,576.00	81,570.00	78,225.00
Estados Unidos de América	39,410.00	41,597.00	56,754.00	66,263.00	79,044.00
Alemania	1,661.00	31,098.00	2,745.00	2,964.00	5,110.00
Chile	3,173.00	1,005.00	14,692.00	4,602.00	1,501.00
Japón	585.00	415.00	477.00	203.00	1,452.00
Ecuador	376.00	1,529.00	979.00	104.00	1,415.00
Bélgica	927.00	713.00	852.00	982.00	1,011.00
República Checa	1,534.00	1,415.00	950.00	518.00	1,005.00
Italia	41.00	2,481.00	989.00	1,080.00	976.00

Fuente: Elaboración propia, según Trade Map.

En relación con lo que se muestra en la Tabla N°43, podemos observar que para el caso de Estados Unidos la cantidad de toneladas exportadas ha tenido un crecimiento notorio entre los años 2015 hasta el 2019, teniendo una variación de 19.29% en el 2019 en comparación con el año 2018.

Tabla 44. Valores unitarios por tonelada para la partida 2106907100.

Importadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Valor unitario, Dólar /Kilogramos	Valor unitario, Dólar /Kilogramos	Valor unitario, Dólar /Kilogramos	Valor unitario, Dólar /Kilogramos	Valor unitario, Dólar /Kilogramos
Estados Unidos	10	13	15	14	16
Alemania	16	5,88	10	21	60
Bolivia,	25	28	7,11	3,49	3,72
Ecuador	16	41	29	38	73
Hong Kong, China	28	79	12	122	281
Chile	31	38	1,02	6,30	21
Bélgica	59	53	25	26	21
Japón	46	11	10	9,85	13
República Checa	22	13	21	19	15

Fuente: Elaboración propia, según Trade Map.

En la Tabla N°44, se observa que el crecimiento unitario exportado para los países que se detallan en la lista han sufrido variaciones anuales. Por ejemplo, en el caso de Estados Unidos desde el 2015 al 2017 cuenta con un crecimiento gradual de 10\$ ,13\$ y 15\$ por kilogramo respectivamente; sin embargo, en el año 2018 logra obtener un valor unitario de 14\$ por kg para luego subir su valor en el 2019 logrando llegar a 16\$ por kg.

Tabla 45.Principales empresas peruanas que exportan la partida 2106.90.71.00 hacia el mundo.

EMPRESAS QUE EXPORTAN AL MUNDO	SUMA DE U\$ FOB	PARTICIPACIÓN
<b>CGS GENERAL DISTRIBUTION S.A.C.</b>	358,974.00	<b>24.71%</b>
<b>REPUBLICA CHECA</b>	4,683.00	1.30%
NOPAL FLAX LUCUMA	1,338.00	
NOPAL FLAX MIX	2,007.00	
NOPAL FLAX PINEAPPLE	1,338.00	
<b>ESTADOS UNIDOS</b>	354,291.00	98.70%
BATIDO A BASE HIERBAS NATURALES	58,125.00	
CAPSULAS DE HIERBAS NATURALES	2,865.00	
INFUSIONES DE HIERBAS NATURALES	293,301.00	
<b>ALITECNO S.A.C.</b>	279,160.00	<b>19.21%</b>
<b>BOLIVIA</b>	279,160.00	100.00%
CHORIZO PARRILLERO CRIOLLO 7135.....1 KILO (2_12)	314.00	
PACK CHORIZO HIERBAS X 1 KG, PACK CHORIZO ITALIANO X 1 KG.	591.00	
PACK CHORIZO ITALIANO X 1 KG	279.00	
<b>COMMERCE PERUVIAN GOODS E.I.R.L.</b>	158,583.00	<b>10.92%</b>
<b>ALEMANIA</b>	110,973.00	69.98%
BOLSA ECOLOGICA CON COMPLEMENTOS NUTRICIONAL	45,675.00	
POLVO NUTRICIONAL A BASE DE QUINUA Y MORINGA	50,400.00	
POMOS CON CAPSULAS GEL 0	14,898.00	
<b>CHINA – HONG KONG</b>	47,610.00	42.90%
POLVO MORINGA OLEIFERA EN CAPSULA. POMO DE 100 UND	47,610.00	
<b>TIANSHI PERU S.A.C.</b>	145,950.00	<b>10.05%</b>
<b>BOLIVIA</b>	3,923.00	2.69%
SUPLEMENTO ALIMENTICIO A BASE DE SELENIUM CARRAGEENAN	3,923.00	
<b>COLOMBIA</b>	10,693.00	7.33%
AIRIZ OXYGEN & NEGATIVE ION-RELAX SOFT-COTTON SANITARY NAPKIN FOR DAY USE	1,338.00	
AIRIZ OXYGEN & NEGATIVE ION-RELAX TOUCHLESS SOFT-COTTON PANTY LINER	1,673.00	
TEANTILIPIDO DE TIANSHI	7,682.00	
<b>ECUADOR</b>	131,334.00	89.99%
CAPSULA DE CHITOSA	28,943.00	
CAPSULAS DE ESPIRULINAS	14,396.00	
CAPSULAS DE LECITINA	2,799.00	
CAPSULAS TIENS GRAPE EXTRAC	4,600.00	
JIAOGULAN PLUS	4,600.00	
TIENS SLIMMING TEA	3,599.00	
<b>GRÜNE LEBENSMITTEL E.I.R.L</b>	123,684.00	<b>8.51%</b>
<b>ALEMANIA</b>	123,684.00	100.00%
BOLSA ECOLOGICA CON COMPLEMENTO NUTRICIONAL	60,112.00	

POLVO NUTRICIONAL A BASE DE QUINUA ORGANICA NC	36,822.00
POMOS DE 100 CAPSULAS DE GEL	26,750.00

Fuente: Elaboración propia, según Veritrade.

Como se puede apreciar en la Tabla N°45, las cinco principales empresas peruanas que exportan la partida 2106.90.71.00 hacia el mundo son:

- En primer lugar, CGS General Distribution S.A.C con el 24.71% de participación en el mercado mundial, teniendo a Estados Unidos, y República Checa como principales países de destino, con descargas en los puertos de New York y Praga. Sus principales productos que ofrecen son: infusiones, capsulas y batidos a base de hierbas naturales.
- En segundo lugar, ALITECNO S.A.C con 19.21% de participación en el mercado mundial, su principal destino de exportación es Bolivia, el traslado es vía terrestre a la ciudad de La Paz, y comercializa los siguientes productos: chorizos, jamonadas y jamón.
- En tercer lugar, COMMERCING PERUVIAN GOODS E.I.R.L con 10.92% de participación en el mercado mundial, exportando a principales países como Alemania y China, con descarga en los puertos de Hong Kong y Hamburgo respectivamente. Los principales productos que comercializa son: bolsa ecológica con complementos nutricional, polvo nutricional a base de quinua y moringa, pomos con capsulas gel y polvo moringa oleífera en capsula.
- En cuarto lugar, TIANSHI PERU S.A.C con 10.05% de participación en el mercado mundial, dirigiendo sus exportaciones a Bolivia, Colombia y Ecuador, con arribo a los puertos de Guayaquil y Buenaventura y de manera terrestre a La Paz. Los productos que ofrece son los siguientes: suplemento alimenticio a base de selenium carrageenan, airiz oxygen & negtive ion-relax touchless soft, capsula de chitosa, tiens slimming tea, entre otros.
- En quinto lugar, GRÜNE LEBENSMITTEL E.I.R.L con 8.51% de participación en el mercado mundial, siendo Alemania su principal destino de sus exportaciones, con descarga en los puertos de Hamburgo y Barcelona, comercializa los siguientes productos: bolsa ecológica con

complemento nutricional, polvo nutricional a base de quinua orgánica y pomos de 100 capsulas de gel.

Tabla 46. Empresas peruanas que exportan la partida 2106.90.71.00 hacia Estados Unidos.

EMPRESAS PERUANAS QUE EXPORTAN A LOS EE. UU	SUMA DE U\$ FOB	PARTICIPACIÓN
<b>CGS GENERAL DISTRIBUTION S.A.C.</b>	<b>354,291.00</b>	<b>78.56%</b>
BATIDO A BASE HIERBAS NATURALES	58,125.00	
CAPSULAS DE HIERBAS NATURALES	2,865.00	
INFUSIONES DE HIERBAS NATURALES	293,301.00	
<b>ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA</b>	<b>65,819.00</b>	<b>14.59%</b>
YACON EN JARABE (YACON SYRUP)	39,300.00	
YACON EN JARABE ORGÁNICO	11,519.00	
YACON EN JARABE ORGANICO (ORGANIC YACON SYRUP)	15,000.00	
<b>LABORATORIOS PORTUGAL S R L</b>	<b>12,278.00</b>	<b>2.72%</b>
CAMU CAMU TAB 500MG	1,686.00	
MACA TAB 800 MG	1,747.00	
SANGRE DE GRADO	2,881.00	
TINTURA DE VALERIANA	900.00	
UÑA DE GATO	5,064.00	
<b>NATURAL PERU SRL</b>	<b>7,322.00</b>	<b>1.62%</b>
CAPSULA CON MACA HARMONY	7,322.00	
<b>COMERCIALIZADORA EL GRANERO E.I.R.L.</b>	<b>4,601.00</b>	<b>1.02%</b>
EMOLIENTE / EMOLLIENT	4,601.00	
<b>PERUFRESH.COM S.A.C.</b>	<b>1,984.00</b>	<b>0.44%</b>
CAPSULAS DE AGUAJE EN POLVO. FCOS X 100 CAPS. 500MG	1,984.00	
<b>MEGABUSINESS PERU S.A.C.</b>	<b>1,671.00</b>	<b>0.37%</b>
EMOLIENTE / EMOLIENTE 24 X 4 OZ	1,671.00	
<b>NOE IMPORT EIRL</b>	<b>1,550.00</b>	<b>0.34%</b>
THE PERU CHEF EMOLIENTE EN BOLSA 5.3 OZ X 24	1,550.00	
<b>ZOWI PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA</b>	<b>1,167.00</b>	<b>0.26%</b>
EMOLIENTE / EMOLIENTE 24 X 4 OZ	650.00	
EMOLIENTE/EMOLIENTE 24X4 OZ.	517.00	
RUIZ TATAJE LESLIE PAOLA	324.00	
CAPSULAS DE MEZCLAS DE PRODUCTOS NATURALES	324.00	
<b>Total general</b>	<b>451,007.00</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Elaboración propia según Veritrade.

Como se puede apreciar en la Tabla N°46, las principales tres empresas peruanas que exportan la partida 2106907100 hacia los Estados Unidos son:

- En primer lugar, CGS General Distribution S.A.C con 78.56% de participación en el mercado estadounidense, arribando al puerto de Nueva York la totalidad de sus productos, tales como: batido a base hierbas naturales, capsulas de hierbas naturales e infusiones de hierbas naturales.

- En segundo lugar, Algarrobos Orgánicos del Perú S.A.C con 14.59% de participación en el mercado estadounidense, arribando a los puertos de Nueva York, Seattle y Portland. Los productos que ofrece son los siguientes: yacón en jarabe y yacón en jarabe orgánico.
- En tercer lugar, Laboratorios Portugal S R L con 2.72% de participación en el mercado estadounidense, arribando a los puertos de Nueva York y Miami, vía aérea a las ciudades Los Ángeles y Atlanta. Los productos que ofrece son los siguientes: camu camu tan 500mg, maca tab 800 mg, sangre de grado, tintura de valeriana y uña de gato.

### 3.3.2 Análisis de la demanda

Se analizará la demanda histórica para luego realizar una proyección de la demanda en un horizonte de cinco años, es decir hasta el año 2025.

La principal fuente de datos estadísticos consultada para obtener la demanda histórica fue el Trade Map.

#### 3.3.2.1 Análisis de las importaciones de Estados Unidos

A continuación, la Tabla N°47, mostrará la información de países importadores de la partida 210690 en miles de dólares.

Tabla 47.Principales importaciones de Estados Unidos de la partida  
2106.90.98.87  
(Expresado en dólares)

Exportadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
Alemania	2,659.00	1,537.00	19,847.00	14,543.00	13,353.00
Corea, República de	1,328.00	1,536.00	11,179.00	10,718.00	9,633.00
China	1,080.00	1,278.00	6,965.00	7,922.00	7,092.00
Polonia	1,428.00	996.00	982.00	1,569.00	6,847.00
Macedonia del Norte	611.00	724.00	1,274.00	4,138.00	5,780.00
Canadá	9.00	604.00	3,072.00	3,666.00	4,371.00
Reino Unido	429.00	561.00	645.00	903.00	4,360.00
India	88.00	427.00	1,895.00	2,339.00	3,928.00
Taipei Chino	198.00	337.00	3,460.00	2,388.00	2,181.00

Fuente: Elaboración propia, según Trade Map.

Como se puede observar en la Tabla N°47, Alemania, Corea y China son los principales países exportadores de la partida 2106.90.98.87 a los Estados Unidos.

Por ejemplo, en el año 2017 Alemania alcanzó \$19,847.00; sin embargo, tuvo una variación de -8.18% en el 2019 en comparación con el año 2018.

Tabla 48.Principales importaciones de EE. UU de la partida 2106.90.98.87  
(Expresado en kilogramos)

Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Cantidad importada,	Cantidad importada,	Cantidad importada, Kilograms	Cantidad importada, Kilograms	Cantidad importada, Kilograms
Alemania	916,633.00	1,123,034.00	1,356,040.00	1,053,497.00	965,255.00
Corea, República de	548,318.00	659,563.00	836,148.00	814,968.00	899,125.00
Egipto	63,883.00	57,733.00	38,812.00	22,000.00	667,105.00
China	127,320.00	134,278.00	434,907.00	530,038.00	446,807.00
Reino Unido	151,588.00	33,680.00	51,617.00	62,874.00	320,287.00
Canadá	19,603.00	33,424.00	161,518.00	176,531.00	293,300.00
Polonia	20,645.00	32,161.00	48,989.00	74,704.00	249,170.00
Macedonia del Norte	19,520.00	26,417.00	38,459.00	134,596.00	200,828.00
Hong Kong, China	17,354.00	25,109.00	179,769.00	175,184.00	173,840.00

Fuente: Elaboración propia, según Trade Map.

En la Tabla N°48, se observa los principales países exportadores de la partida 2106.90.98.87 que son: Alemania, Corea y Egipto en los últimos cinco años. Por ejemplo, Corea cuenta con un crecimiento notorio en el periodo 2015-2019, contando con una variación de 10.33% en el 2019 en comparación con el año 2018.

### 3.3.2.2 Proyección de la Demanda

Para el cálculo de la demanda proyectada, se tomará en cuenta los datos de las importaciones de Nueva York de la partida arancelaria 2106.90.98.87 de los últimos cinco años expresado en kilogramos; evaluando si hubo crecimiento o no durante ese periodo de tiempo. En la tabla siguiente se observa la demanda de los años 2015 al 2019.

Tabla 49.Métodos de mínimos cuadrados

Años	Demanda de la partida 2106909887 en kg.	X	X^2	XY	Pronóstico
2015	728,353.00	-2	4	-1,456,706	
2016	997,143.00	-1	1	-997,143	
2017	1,431,613.00	0	0	0	
2018	1,571,663.00	1	1	1,571,663	
2019	1,787,736.00	2	4	3,575,472	
2020		3			2,111,287
2021		4			2,380,616
2022		5			2,649,945
2023		6			2,919,273



2024		7			3,188,602
2025		8			3,457,930
<b>Sumatoria</b>	<b>6,516,508</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>2,693,286</b>	

Fuente: Elaboración propia en base a USITC.

Según la Tabla N°49, se observa que el histórico de la demanda de los últimos cinco años es creciente, por lo que la proyección que más se adecua es la de regresión lineal. Además, mediante la aplicación del método de mínimos cuadrados se calcula la variable independiente “a” y la variable dependiente “b”; de modo que a través de la fórmula de proyección lineal  $Y = a + bx$  se pueda proyectar la demanda de los próximos cinco años. En la tabla siguiente se observa la aplicación del método de mínimos cuadrados, y en la tabla siguiente se verifica el cálculo de las variables “a y b”.

### Fórmula de regresión lineal

$$Y = a + bx$$

### Calcula de la variable independiente A y la variable dependiente B

$$a = \frac{\sum Y}{N} = 1,303,301.60$$

$$N = 5$$

$$Y = a + bx$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = 269,328.60$$

$$Y = 1,303,301.60 + 269,328.60 * x$$

Con la información calculada en la tabla anterior y aplicando la fórmula de proyección lineal se ha calculado la proyección de los próximos cinco años; en la Tabla N°50, se observa el análisis realizado donde se verifica la proyección para cada año.

Tabla 50. Demanda proyectada del mercado de Nueva York  
(En kilogramos)

2021	2022	2023	2024	2025
2,380,616	2,649,945	2,919,273	3,188,602	3,457,930
Tendencia de crecimiento de mercado	11.31%	10.16%	9.23%	8.45%

Fuente: Elaboración propia.

Según la proyección calculada en la tabla anterior, se observa que hay un crecimiento anual promedio de 9.79%, información que ayudará a la empresa para calcular la demanda que tendrá en el mercado para los próximos cinco años. En la Tabla N°51, se observa la proyección de demanda que tendrá este proyecto para los años 2021 al 2025, se debe considerar que al observarse un crecimiento promedio de 9.79%, la empresa decidirá tomar una posición conservadora y proyectará su demanda a una tasa de crecimiento de entre 3,4,5% y 6%.

Tabla 51. Proyección de las exportaciones de la empresa Be Natural Perú SAC  
(En kilogramos)

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Cantidades proyectadas kilogramos	1,728	1,779.84	1,851.03	1,943.59	2,060.20
Cantidades de cajas	1,920	1,977.60	2,056.70	2,159.54	2,289.11
Cantidades de cajitas	69,120	71,193.60	74,041.34	77,743.41	82,408.02
Tasa de crecimiento		3%	4%	5%	6%

Fuente: Elaboración propia.

### 3.4. Estrategias de ventas y distribución

#### 3.4.1 Estrategias de segmentación

La empresa Be Natural Perú SAC se enfocará en la población que reside en la ciudad de Nueva York; dirigiéndose principalmente a los jóvenes y adultos de género femenino como masculino entre 25 a 60 años, debido a que esta población tiene mayor poder adquisitivo; asimismo son los que más se preocupan por su salud, bienestar y consumo de productos naturales.

Sé utilizará la estrategia de segmentación concentrada, debido a que sólo se tendrá un segmento como mercado meta, de tal modo que la empresa Be Natural Perú S.A.C va a centrar sus esfuerzos a investigar y satisfacer las necesidades de este mercado. Esta estrategia involucra diferenciación en el producto, obteniendo una alta participación, pero solamente en el segmento elegido.

A continuación, se plantea la segmentación de mercado según el modelo de Philip Kotler que consiste en la subdivisión del mercado en grupos (segmentación geográfica, demográfica, psicográfica y conductual).

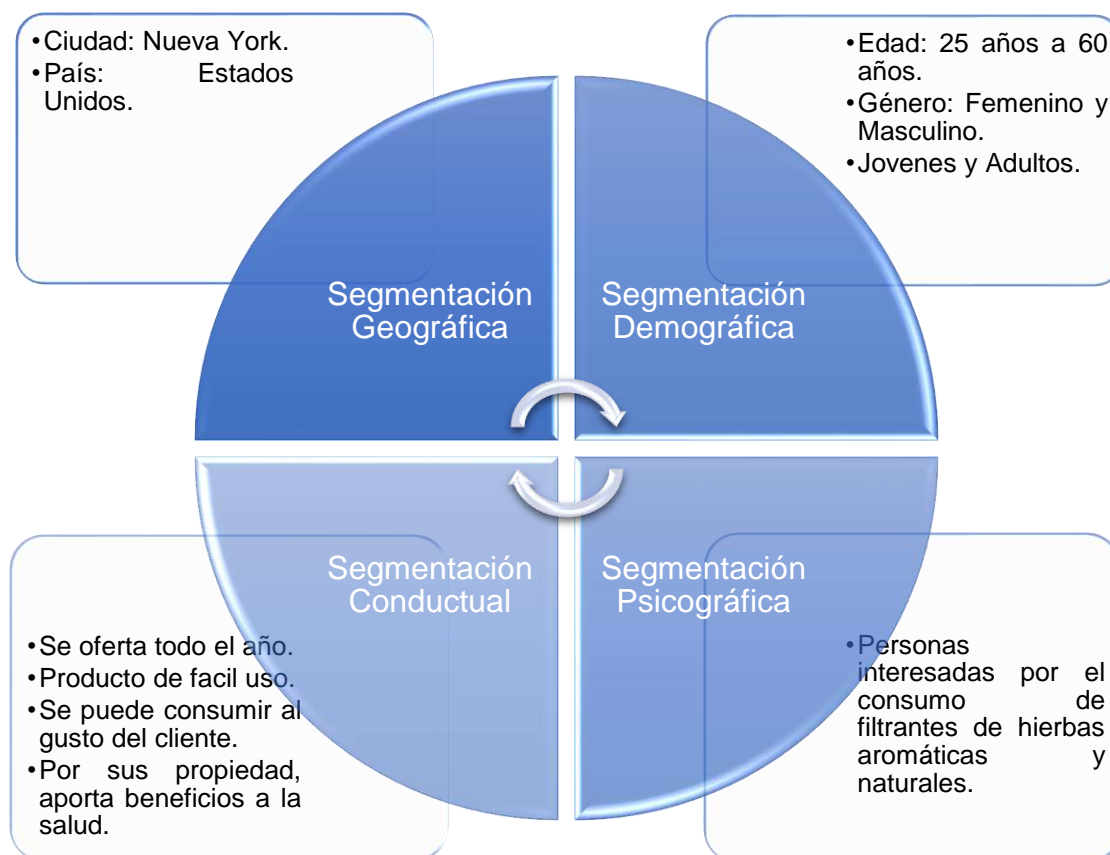


Figura 14. Estrategias de segmentación de Philip Kotler.  
Fuente: Elaboración propia.

### 3.4.2 Estrategias de posicionamiento

Las estrategias de posicionamiento de Be Natural Perú S.A.C. permitirán brindar un producto innovador, contando con todos los estándares de calidad para el beneficio de la salud a un precio accesible y similar al de la competencia. Lo que se quiere lograr, es que el consumidor final tenga una idea clara de las características y atributos del producto a fin de que se posicione en la mente, de tal manera, lograr mayor participación en el mercado. Es necesario mencionar que, esta estrategia de posicionamiento será importante al inicio de las operaciones, ya que las ventas serán dirigidas a distribuidores que tienen a su mando diferentes marcas y se buscará obtener la mejor propuesta.

Be Natural Perú S.A.C. presentará el producto a través de una página web y las redes sociales de la empresa respectivamente. Además, se coordinará previamente la mención de “Hecho en Perú” en el etiquetado del producto.

Cabe resaltar que, en los últimos años los productos peruanos han sido reconocidos en el exterior, esto se debe a los esfuerzos realizados por parte de las entidades competentes quienes se han dedicado a la promoción de estos.

Es necesario considerar que, la creciente demanda de productos especializados se debe en gran parte a la migración de peruanos al extranjero; el consumidor actual está en constante búsqueda de productos con nuevos sabores y aromas, valor nutricional y calidad, una ventaja que se debe aprovechar para asegurar mayor participación y aceptación del producto en el mercado.

A continuación, se definen las estrategias para posicionar el producto.

- **Estrategia basada en las características del producto**, que consiste en ofrecer infusiones de hierbas aromáticas tales como: hierba luisa, manzanilla, cedrón, boldo y matico 100% natural, libre de saborizantes artificiales lo que permite tener un sabor y aroma único para el agrado del consumidor.
  
- **Estrategia basada en los beneficios del producto**, las hierbas aromáticas que contiene nuestra presentación tienen diversos beneficios para el consumidor como: ayudar a combatir el insomnio, controlar el estrés, relajante, antiinflamatorio, fortalece el sistema inmunológico, calma y reduce la ansiedad y analgésico natural, entre otros. Estas hierbas pueden actuar como alternativas medicinales ante cualquier malestar y/o simplemente se puede beber según la preferencia en cuanto al sabor o aroma.
  
- **Estrategia en base a la presentación y novedad del producto**, la presentación del producto será en envase que se ha optado para el contenido de los filtrantes, son cajas de cartón de 10 x 6.2 x 7 cm, que contendrán 25 unidades de filtrantes. Cada caja tendrá 5 variedades de hierbas tales como: hierba luisa, manzanilla, cedrón, boldo y matico. La elección del envase de cartón es para que pueda mantener una mejor

conservación a temperatura de ambiente. La presentación de nuestro producto es de 25 gramos.

### 3.4.3 Estrategias de distribución

La distribución para los filtrantes aromáticos, será a corto plazo de manera indirecta, y en un largo plazo se tiene intención que sea directa.

- **Canal directo:** Se busca en el largo plazo cuando el volumen exportado sea mayor, y la exportación del producto se realice directamente al cliente final, empresas de industrias alimentarias y otras. Con este canal se busca tener una comunicación directa y más interactiva con los clientes finales, permitiendo conocer más de cerca sus necesidades y satisfacerlos con los productos ofrecidos.
  
- **Canal Indirecto:** Se realizará a través de la exportación del producto a distribuidores en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos; quienes se encargarán de distribuir el producto a empresas de industrias alimentarias como supermercados y sectores determinados pertenecientes al rubro. Be Natural Perú S.A.C realizará las ventas a precio FOB. Se cuenta con este canal, ya que es el que tiene mayor porcentaje de utilización cuando recién se inician las actividades de la empresa. Un gran beneficio de este canal es que, debido a la experiencia y conocimiento de mercado, el distribuidor permitirá impulsar el producto.

Los beneficios de distribución mediante un canal indirecto son las siguientes:

- Unir los beneficios de la empresa con los del distribuidor con el objetivo que la retroalimentación permita conocer nuevas opciones en cuanto a precios, publicidad, promoción, ventas, etc.
  
- El beneficio encontrado en la distribución por canal indirecto es que la experiencia y el conocimiento del mercado por parte del distribuidor impulsarán las ventas del producto y asegurará la cercanía con el cliente que es lo que se busca para un principio, darlo a conocer. Para esto, Be Natural Perú S.A.C deberá garantizar:

- Calidad del producto, se tomará en cuenta que cada fase de la elaboración del producto será supervisada por un especialista de calidad, quien verificará el producto en cada etapa del proceso, garantizando de esta manera la inocuidad y propiedades que contiene el producto final.
- Seguridad en la entrega, con respecto a la cantidad y tiempo acordado. Cada proceso en la empresa como transporte de materia prima, producto terminado y distribución física internacional se deberá realizar de manera efectiva.
- Planes de contingencia, estar preparados y saber reaccionar a la eventualidad que se presente dejando una buena imagen de la empresa ante los ojos del comprador.
- Servicio al cliente, pre y post venta, se brindará una atención personalizada para las consultas que puedan realizar acerca del producto, solicitudes de cotización, órdenes de compra, entre otros, hasta la comunicación realizada luego de la compra. Cabe mencionar que, se celebrarán contratos con proveedores de materia prima y maquila, que permitan asegurar cumplimiento de los requerimientos solicitados ante cualquier eventualidad.

### **3.5 Estrategias de Promoción**

La estrategia de promoción se basará en la publicidad de la siguiente manera:

- **Ferias Internacionales**

Una de las formas más directas e inmediatas de establecer relaciones comerciales y ventas en el exterior es participando en ferias internacionales, dado que son ocasiones únicas que congregan en un mismo lugar y momento, compradores y vendedores de un determinado sector o producto.

La asistencia a ferias va a permitir dar a conocer el producto de la empresa a las diferentes compañías que participan de esta y además posibilita realizar un

contacto directo con potenciales importadores o distribuidores, lo cual va a permitir intercambiar opiniones lo que conlleva a iniciar una relación comercial con posterior venta y exportación.

LATÍN FOOD PAVILION SHOW	FANCY FOOD SHOW	INTERNATIONAL RESTAURANT & FOODSERVICE SHOW OF NEW YORK
 <p><b>SECTORES:</b> Alimentación, comidas, hoteles, restaurantes.</p> <p><b>PERIODICIDAD:</b> Anual.</p> <p><b>ALCANCE:</b> Nacional.</p> <p><b>FECHA:</b> Del 23 al 25 de Febrero.</p>	 <p><b>SECTORES:</b> Alimentaria, bebidas, comida.</p> <p><b>PERIODICIDAD:</b> Semestral.</p> <p><b>ALCANCE:</b> Nacional.</p> <p><b>FECHA:</b> Del 17 al 19 de Enero.</p>	 <p><b>SECTORES:</b> mercado de restaurantes, hospitalidad y alimentos.</p> <p><b>PERIODICIDAD:</b> Anual.</p> <p><b>ALCANCE:</b> Nacional.</p> <p><b>FECHA:</b> Del 08 al 10 de Marzo.</p>

Figura 15. Principales ferias del rubro alimenticio, New York.  
Fuente: Elaboración propia.

La feria Sabor Latino Pavilion es un evento incorporado en el Western Foodservice & Hospitality Expo, en el cual se puede exponer nuevos y tradicionales platos, ingredientes típicos, sabores, productos, comida preparada, entre otros, la cual tiene una duración de dos días, con periodicidad anual y de alcance nacional. La feria internacional Fancy Food Show de Nueva York está orientada hacia el negocio de restaurantes y comida, con todos los productos disponibles y novedosos, la cual también tiene una duración de dos días, con periodicidad semestral y de alcance nacional. Asimismo, International restaurant & foodservice show off New York, tiene una duración de dos días, con periodicidad anual, es el único evento de la industria en Nueva York dedicado al mercado de restaurantes, hospitalidad y alimentos del Noreste de Estados Unidos.

Be Natural Perú S.A.C opta por participar en la feria de Latin Food Pavilion Show, debido a que la mayoría del público es latino, lo cual sería más accesible

ofrecer el producto de filtrantes aromáticos ya que conocen el producto; asimismo, se tiene la finalidad de extender el mercado y conocer a clientes potenciales, logrando una exposición privilegiada para el incremento de las ventas.

- **Ruedas de Negocio**

Según (Camara de Comercio de Lima, 2018), las ruedas de negocios son las reuniones entre empresas nacionales y extranjeras que tienen como objetivo llevar a cabo negocios de importación/ exportación. La experiencia que se ha obtenido hasta el momento hace que este tipo de reuniones sea un instrumento útil para el ingreso de las pequeñas y medianas empresas al ámbito comercial.

Los beneficios de una rueda de negocio son:

- Ahorro de tiempo y dinero.
- Dan resultados porque se cierra o se inicia un negocio.
- Es una buena forma de introducirse al escenario comercial.
- Los costos de hacer contactos y alianzas disminuyen.
- El beneficio se incrementa al encontrar oportunidades de negocio.

Tabla 52. Rueda de negocios internacional

Nombre del evento	Fecha y lugar de realización
Summer Fancy Food.	Nueva York, EE. UU

Fuente: Elaboración propia.

- **Agregados Comerciales**

Según (MINCETUR, s.f.) El agregado comercial es una persona experta en cuestiones comerciales perteneciente al cuerpo diplomático que presta sus servicios en las embajadas, oficinas comerciales o consulados de su país en el exterior informando y apoyando las acciones comerciales de sus empresas en ese país.

Las Oficinas Comerciales en el Exterior (OCEX) constituyen un instrumento de los gobiernos para apoyar a la internalización de las empresas, promover la oferta



exportable, turística y artesanal de un país, así como identificar fuentes de inversión extranjera entre otros.

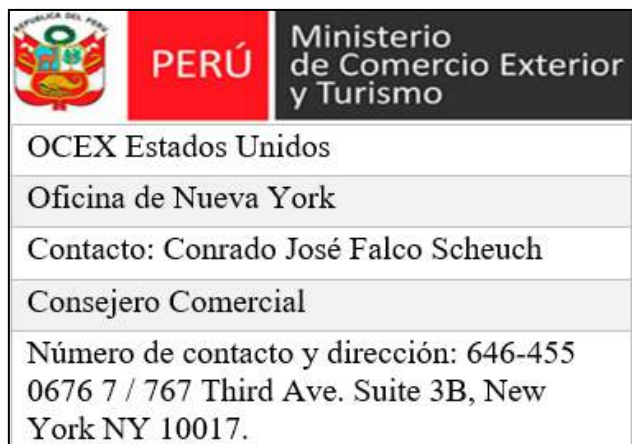


Figura 16. Consejero Comercial de Perú en Estados Unidos.

Fuente: Elaboración propia según Ministerio de Comercio Exterior (OCEX).

- **Visitas comerciales**

Be Natural Perú S.A.C visitará a los distribuidores y bróker con la finalidad de estrechar relaciones comerciales y crear fuertes alianzas.

- **Agente comercial**

Be Natural Perú S.A.C. contará con los servicios de un agente comercial que ayude a encontrar clientes potenciales, aumentar la rentabilidad y productividad; es decir, mayores posibilidades de comercializar exitosamente los productos de la empresa, y esto es gracias a la experiencia, competencia y a la cartera de clientes con las que cuenta este representante. Hay que considerar que existen mercados a los que solamente se puede llegar contando con un profesional como este y que mejor que contar con la credibilidad del agente comercial frente a sus clientes al momento de influenciarlos en la elección o propuesta de un nuevo producto.

- **Envío de muestras**

Be Natural Perú S.A.C. usará la estrategia de envío de muestras ya que de esa manera se dará a conocer el producto que se va a ofrecer, pero en cantidad mínima como muestra gratuita, con el fin de que el distribuidor pueda llevar a cabo la actividad comercial haciendo uso de esta herramienta promocional, que es la forma

más eficaz para que los consumidores lleguen a probar el producto generando la posibilidad de que se pueda concretar una compra real.

- **Marketing digital**

Hoy en día todas las personas tienen acceso a cualquier tipo de información gracias al internet, es así como, para los negocios es imprescindible contar con un sitio web y utilizarla como un medio para interactuar con los clientes, es por ello que, Be Natural Perú S.A.C. aplicará una serie de estrategias digitales que van desde la creación de una página web, hasta la aplicación de herramientas online. La importancia de tener un sitio web se basa en las ventajas comerciales que puede aportar a la actividad comercial, la visibilidad que otorga para la empresa y, por supuesto, la posibilidad de llevar a los clientes actuales y potenciales, toda la información necesaria sobre la empresa y sus productos. A través del portal web, se buscará lograr un trato directo con el cliente y resolver las dudas y/o consultas en el menor tiempo posible, así como también mejorar la imagen corporativa de la empresa, asegurando la formalidad y confiabilidad ante ellos.

- **LinkedIn empresarial**

Be Natural Perú S.A.C. contará con un perfil en LinkedIn en donde mostrará la actividad que desarrolla e indicará información sobre el valor agregado que ofrece al mercado.

Los beneficios que se obtiene por participar de esta red están enumerados a continuación:

- Posicionamiento de marca en un entorno empresarial.
- Red social centrada en el ámbito de los negocios.
- Conexiones directas con proveedores y posibles clientes de tu sector.
- Búsqueda de talento y posibilidad de reclutar a nuevos profesionales.
- Promoción de los productos o servicios de la marca.
- Información de tu competencia y novedades del sector, entre otros.

- **Google AdWords**

Be Natural Perú S.A.C. utilizará las ventajas del Google AdWords como una estrategia de promoción con el fin de aumentar la cantidad de visitas en su página web para así poderse dar a conocer con otras empresas.

Las ventajas que se obtiene por usar Google AdWords son los siguientes:

- No requiere de un presupuesto elevado, es el anunciante el que define el presupuesto.
- Da a conocer el servicio y/o producto.
- Permite mostrar los anuncios al público local.
- Aumenta las ventas online.
- Puede mostrar la ubicación del negocio.
- Crea campañas para búsquedas muy específicas.
- Elige dónde se muestran los anuncios.

### 3.6 Tamaño de planta. Factores condicionantes.

La empresa Be Natural Perú S.A.C se ubicará en el distrito de San Miguel, abarcando un área de 120 metros<sup>2</sup> en la av. La Marina 3369.

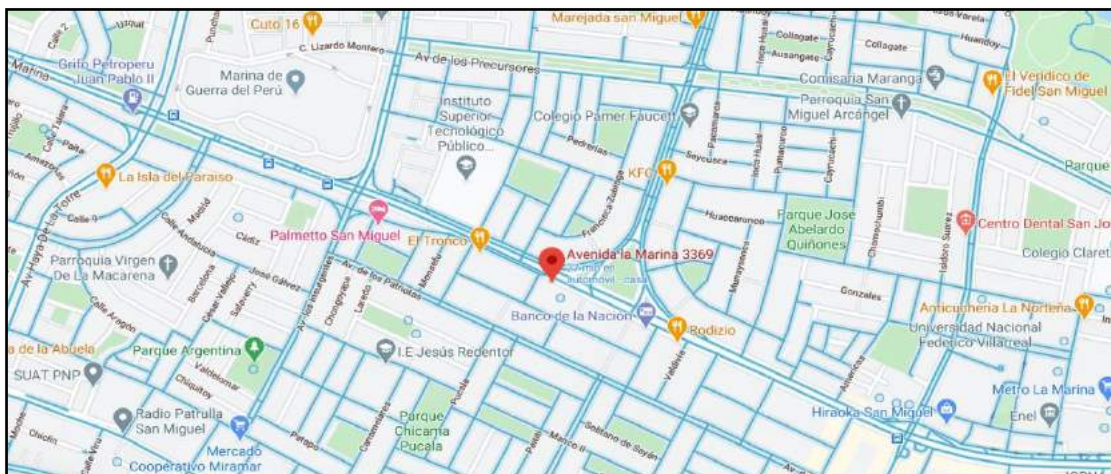


Figura 17. Ubicación de la empresa Be Natural Perú S.A.C.

Fuente: Elaboración Propia.

La empresa Be Natural Perú SAC, tendrá la siguiente distribución:

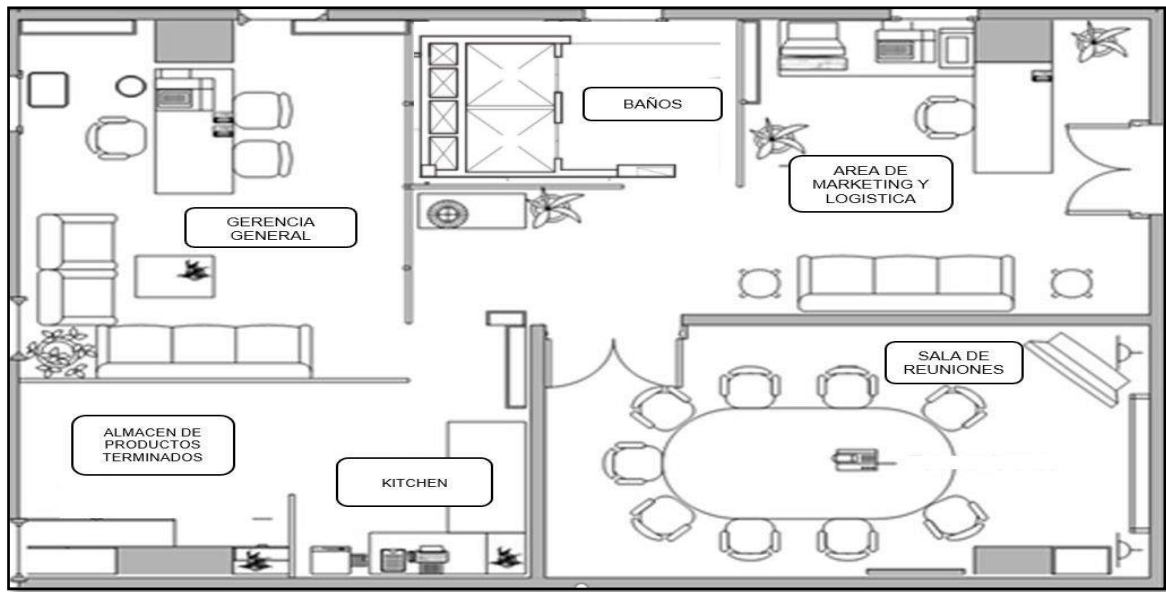


Figura 18. Distribución de ambientes de la empresa Be Natural Perú S.A.C.

Fuente: Elaboración Propia.

En la figura anterior se puede observar el plano del local de la empresa, no se cuenta con muchos espacios ya que sólo el área administrativa se encontrará en la empresa, esto se debe porque el proceso de maquila y envasado será realizado por un servicio tercerizado quien nos dará el producto listo para su almacenamiento y correcto traslado al depósito respectivo para su embarque.

## 4. PLAN DE LOGISTICA INTERNACIONAL

### 4.1 Envases, empaques y embalajes

#### 4.1.1 Envases

El envase que se ha optado para el contenido de los filtrantes son cajas de cartón de 10 x 6.2 x 7 cm, que contendrán 25 unidades de filtrantes. Cada caja tendrá en su interior 5 variedades de hierbas aromáticas tales como: hierba luisa, manzanilla, boldo, cedrón y matico.

La elección del envase de cartón es para que pueda mantener una mejor conservación a temperatura ambiente. La presentación del producto es de 25 gramos.



Figura 19. Presentación de Herbal Mix.  
Fuente: Elaboración propia

#### 4.1.2 Empaque

Para la comercialización del producto, una vez envasado, será colocado en cajas de cartón corrugado (cajas máster). El cartón corrugado es un material utilizado principalmente para la fabricación de envases y embalajes, está

compuesto por la unión de tres capas de papeles (primera capa de papel lisa, segunda capa de papel ondulado y la tercera capa lisa). Este tipo de empaque brinda resistencia y asegura la distribución de nuestro producto en buenas condiciones, reduciendo la posibilidad de algún daño, dándole un soporte seguro en todo el proceso logístico.

La caja máster contendrá 36 unidades del producto, a continuación, se muestra las medidas del empaque:

Tabla 53. Medidas del empaque del producto.

CAJA		
Medidas de caja	30*25*21	Centímetros
Largo	30	Centímetros
Ancho	25	Centímetros
Altura	21	Centímetros
N° de cajitas x Largo de caja	3	Unidades
N° de cajitas x Ancho de caja	4	Unidades
Niveles de cajitas	3	Niveles
Numero de cajitas por caja	36	Unidades
Peso neto x caja	0.90	Kilogramos
Peso bruto x caja	2.38	Kilogramos

Fuente: Elaboración propia.

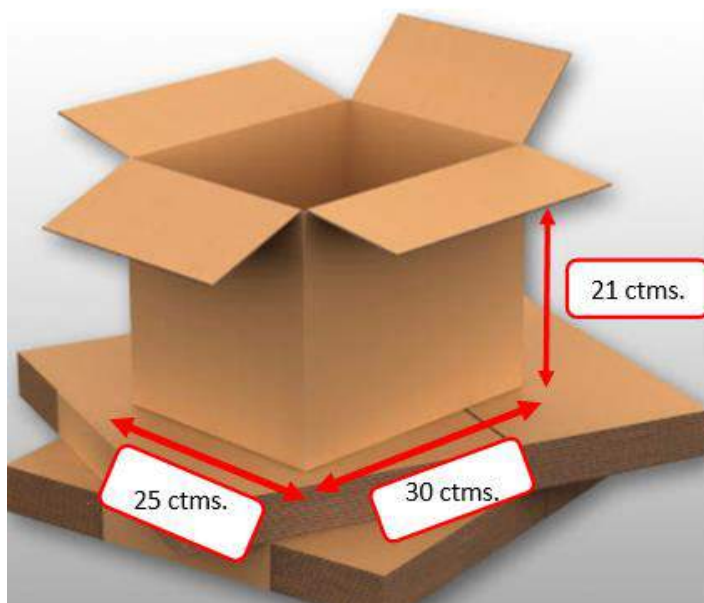


Figura 20. Medidas del empaque del producto "Herbal Mix".

Fuente: Elaboración propia.

### 4.1.3 Embalaje

El embalaje tiene como función principal proteger la mercancía y resistir las operaciones de transporte, manejo y distribución a fin de evitar daños en la manipulación y recorrido desde el lugar de origen, hasta el lugar de destino.

Se debe clasificar el tipo de mercancía para poder determinar qué tipo de embalaje se usará y el medio de transporte en el que se trasladará. Por lo tanto, nuestra mercancía se clasificó como carga perecible, ya que es un producto alimenticio y el tipo de embalaje que se usará para el producto serán las paletas de madera (pallets), para así lograr una mayor seguridad de los productos. La paleta será de tipo americana, por lo que sus medidas serán de 120 cm \* 100 cm \* 12.5 cm y un peso de 20 kg aproximadamente.

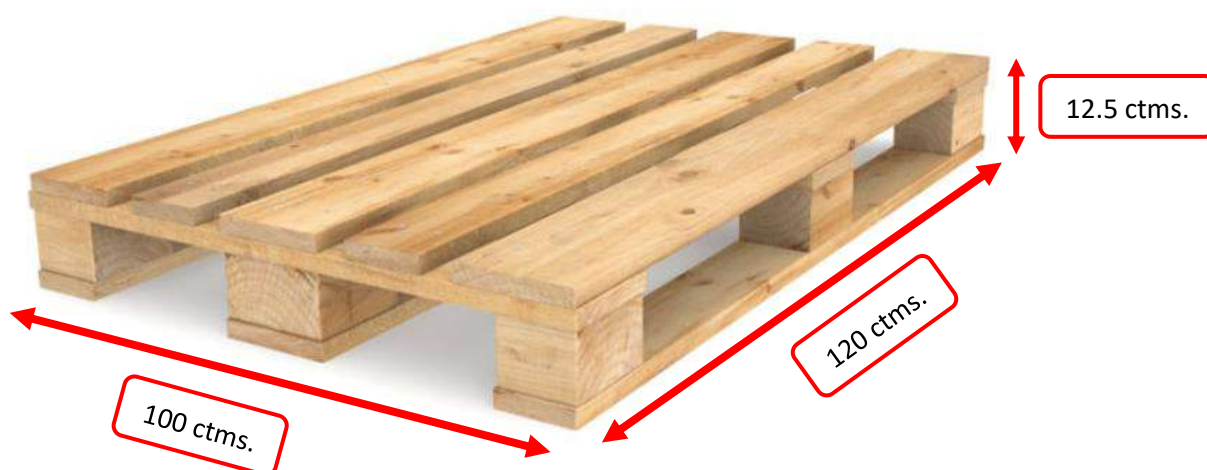
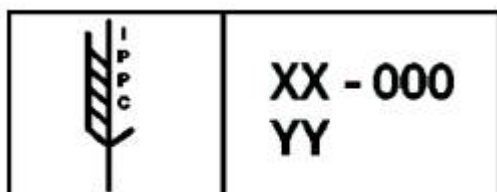


Figura 21. Medidas de los pallets a usar para la exportación de “Herbal Mix”.  
Fuente: Elaboración propia.

Según (SIICEX, 2015) Los embalajes de madera que ingresen al mercado estadounidense deben contar con un sello que certifique que ha recibido un tratamiento contra plagas, ya sea un tratamiento térmico o una fumigación con Bromuro de Metilo. Este sello es otorgado en nuestro país por el SENASA, en las instalaciones acreditadas para realizar el tratamiento, teniendo como base el cumplimiento de las Normas Internacional para Medidas Fitosanitarias – NIMF (o

International Standards for Phytosanitary Measures – ISPM), específicamente de la NIMF-15.



- El símbolo de la izquierda representa el símbolo de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria por sus siglas en inglés (Internacional Plant Protection Convention, IPPC).
- **XX**, al código del país donde fue tratada la madera según la ISO. (**PE** para el Perú)
- **000**, es el número del productor del embalaje asignado por el SENASA.
- **YY**, indica el tratamiento aplicado al embalaje utilizado (tratamiento térmico = **HT**, fumigación con Bromuro de Metilo = **MB**).

Es importante considerar que, la legislación establece que cualquier embarque enviado en un embalaje no tratado será devuelto en su totalidad al país de origen.

Nuestra distribución de las cajas de cartón corrugadas en el pallet será de cinco filas como apilamiento máximo por pallet.

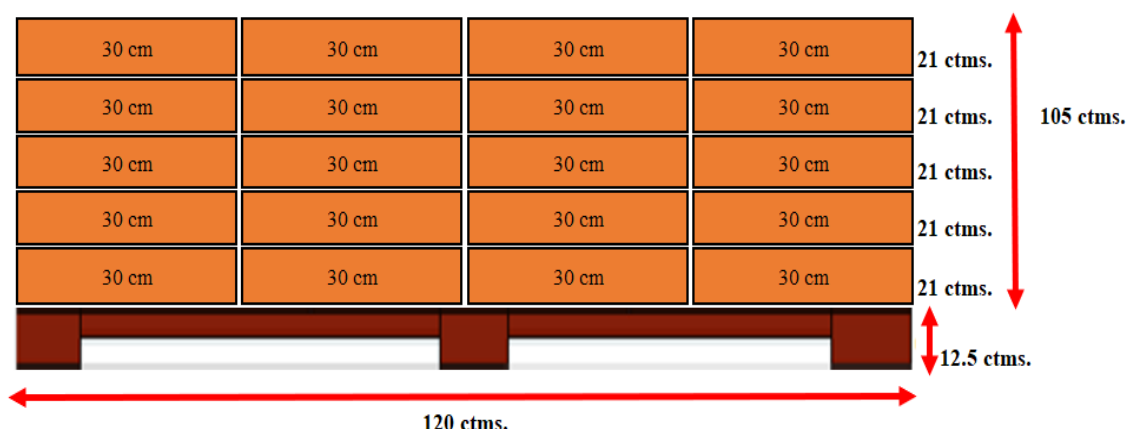


Figura 22. Distribución de las cajas en los pallets para la exportación de “Herbal Mix”.

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en la Figura N°22, las cajas tendrán una estructura de cinco filas tomando en consideración que serán bases de 4 x 4 cajas, se obtiene



como resultado dieciséis (16) cajas por cada fila dando un total de 80 cajas por pallet.

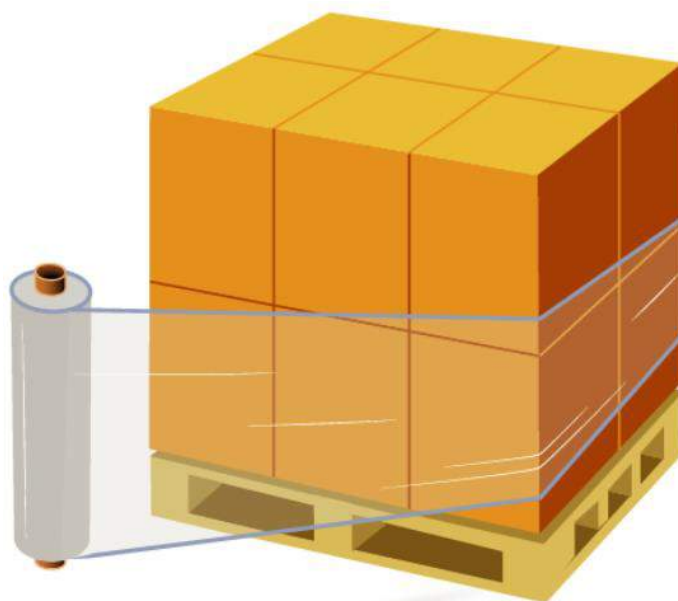


Figura 23. Paletización del producto “Herbal Mix” con Stretch film.  
Fuente: Elaboración propia.

Luego de haber estructurado todas las cajas en los pallets, se utilizará Stretch film o film estirable para la paletización de la mercancía. Esta lámina de plástico estirable, flexible y transparente es uno de los productos de embalaje más importantes a la hora de fijar y asegurar la carga en un pallet. Entre los beneficios que existe al usar el film de embalaje para asegurar la carga están:

- Reduce las incidencias en el transporte de la carga.
- Protege los pallets y el producto de la suciedad.
- Minimiza los problemas de entrega del producto a los clientes, entre otros.

## **4.2 Diseño del rotulado y marcado**

### **4.2.1 Diseño del rotulado**

El propósito del rotulado es brindar información al consumidor, en base a las características del producto.

Todo producto alimenticio que ingrese a los Estados Unidos para su comercialización debe contar con un rotulo que cumpla con la normativa del “General Food Labeling” (etiquetado general de alimentos). Según indica el Código

de Regulaciones Federales, Título 21, parte 101 (21 CFR 101) de no cumplirse con esta normativa, las autoridades americanas prohibirán el ingreso del producto a dicho territorio. (SIICEX, 2015)

La FDA (Administración de Alimentos y Medicamentos – Food and Drug Administration) es la agencia responsable de proteger la salud pública mediante la regulación de los alimentos de uso humano. Tiene como función garantizar que los alimentos comercializados en los Estados Unidos sean seguros, saludables y estén etiquetados adecuadamente. Emplea la normativa de rotulado establecida por la Federal Food, Drug and Cosmetic Act (Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos), que establece cumplir los requisitos para los productos preparados y envasados para la venta al público. (FDA, 2018)

En término general, todo producto alimenticio envasado exportado a los Estados Unidos, debe contar con la siguiente información en su etiquetado:

- **Nombre del producto:** Herbal Mix.
- **Declaración de contenido neto:** el peso neto el producto es de 0.05 lb (equivalente a 25 gr).
- **País de origen:** País de origen es Perú, debe estar visible en el etiquetado, con letra legible y debe colocarse con *“Made in Perú”*
- **Información Nutricional:** Debe estar considerado en el etiquetado, debe incluirse las cantidades de calorías, grasas, carbohidratos, azúcares, etc.

<b>INFORMACION NUTRICIONAL / NUTRITION FACTS</b>	
Valores promedio por cada 100 g / Average Value in each 3.5 oz	
Análisis/Analysis	Resultados/Results
Humedad / Humidity	7.36 %
Proteínas / Proteins (Nx6,25)	18.04 %
Grasa Total / Total Fat	0.44 %
Cenizas / Ash	6.33 %
Carbohidratos / Carbohydrates	67.83 %
Energía Total / Total Energy	347.44 Kcal %
Azúcar Total / Total Sugar	0.00 %

Figura 24. Información nutricional de Herbal Mix.  
Fuente: Elaboración propia.

- **Nombre y dirección del fabricante y/o distribuidor:** Se especificará el nombre y la dirección completa de la empresa:
  - ✓ Elaborado por: PERUVIAN NATURE S & S S.A.C
  - ✓ RUC: 20502203461
  - ✓ Calle Las Gardenias Mz. I lote. 12 urb. Praderas de Lurín (alt. km. 40 antigua panamericana sur) Lima - Lima – Lurín.
- **Ingredientes:** En esta parte de la etiqueta se coloca todos los ingredientes a utilizar para la elaboración de los filtrantes de hierbas aromáticas. Como el producto, ha sido elaborado con dos o más ingredientes, se detalla cada ingrediente en orden descendente.
  - ✓ Matico, Manzanilla, Hierba Luisa, Cedrón y Boldo.
- **Descripción del producto:** La etiqueta debe contener información real del producto, de manera precisa, confiable y exacta. La descripción del producto se detalla a continuación:

Los filtrantes de Matico, Manzanilla, Hierba Luisa, Cedrón y Boldo de HERBAL MIX han sido elaborados con especias estrictamente seleccionadas, logrando una infusión de exquisito aroma y sabor.

Puede ser consumido frío o caliente y cuando el consumidor lo desee acorde a su preferencia.

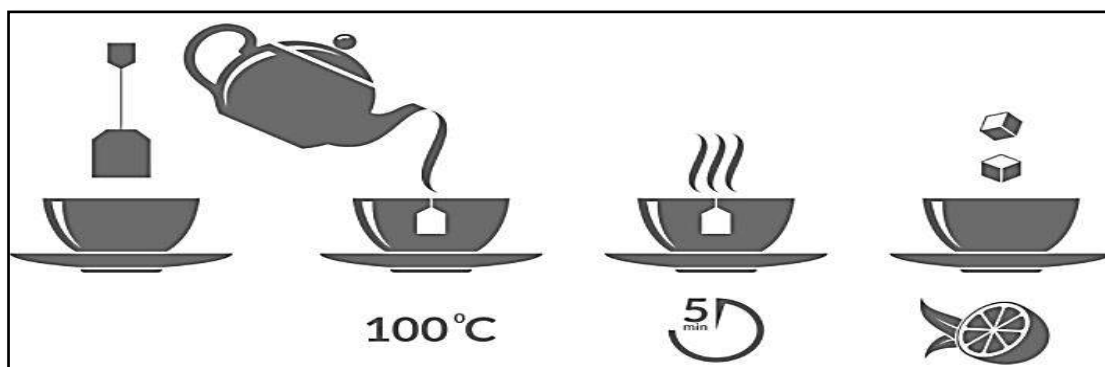


Figura 25.Preparación del producto Herbal Mix.  
Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar en la Figura N°25, la preparación del producto es sencillo, primero se coloca un filtrante del sabor de su preferencia en una taza y se añade agua hirviendo, dejar reposar min. 5 minutos. Se puede consumir frío o caliente y añadiendo algún insumo adicional si lo desea.

Aparte de lo ya detallado, se tiene que considerar también en la etiqueta, la siguiente información (ver Tabla N°54):

Tabla 54. Información de Etiqueta.

Información	Detalle
Fecha de expiración	Octubre 2022
Peso neto	25gr
Número de Registro sanitario	R.S Q2800317N/NACRHR
Condiciones de almacenamiento	Mantener en un lugar limpio, fresco y seco.
Nombre de la empresa que lo produce	PERUVIAN NATURE S & S S.A.C RUC: 20502203461
Datos de la empresa que exporta	Be Natural Perú S.A.C
Indicar el uso alimentario	Alimenticio
País en el cual es producido	Perú

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.2.2 Diseño del mercado

Las mercancías deben estar debidamente marcadas ya que se incluye la información detallada del producto, el exportador y el importador a fin de identificarlas sin equívoco, para que quienes las manejen durante el transporte, no tengan dudas en cuanto al lugar de destino y el modo como manipularlas. Las marcas deben estar en el idioma del país de destino, en nuestro caso en idioma “inglés”.

Se tiene tres tipos de marcas para el transporte de mercadería, las cuales detallamos a continuación:

- **Marcas estándar o de expedición:** Estas marcas, contienen información sobre el importador, Puerto de descarga, la dirección a donde llegará la mercadería, número de referencia, número de bultos.
  - **Importador:** Diamond Rock Food Import.
  - **Dirección:** 1199 Sunrise Hwy, Suite 2-3 Copiague, NY 11726.

- **Puerto de descarga:** Puerto de Nueva York – Estados Unidos.
  - **N° de bultos:** 1/160.
  
- **Marcas informativas:** Es la información adicional que indican el país de origen, puerto de salida, puerto de entrada, peso bruto y neto de la mercadería, dimensiones de las cajas, entre otros.
  - **Exportador:** Be Natural Perú S.A.C
  - **Dirección:** Avenida La Marina 3369, San Miguel.
  - **Puerto de embarque:** Puerto Dp World Callao.
  - **País de origen:** Perú.
  - **N° de bultos:** 1/160.
  - **Peso Neto por embarque:** 144 kg.
  - **Peso Bruto por embarque:** 420.80 kg.
  - **Dimensiones de la caja máster:** 30cm x 25cm x 21cm.
  
- **Marcas de manipulación:** Es la información que indica el manejo que deben tener con la mercadería, las advertencias al momento de que manipulen las cajas y las transporten. Para este caso, se utilizan símbolos pictóricos que son aceptados a nivel internacional.

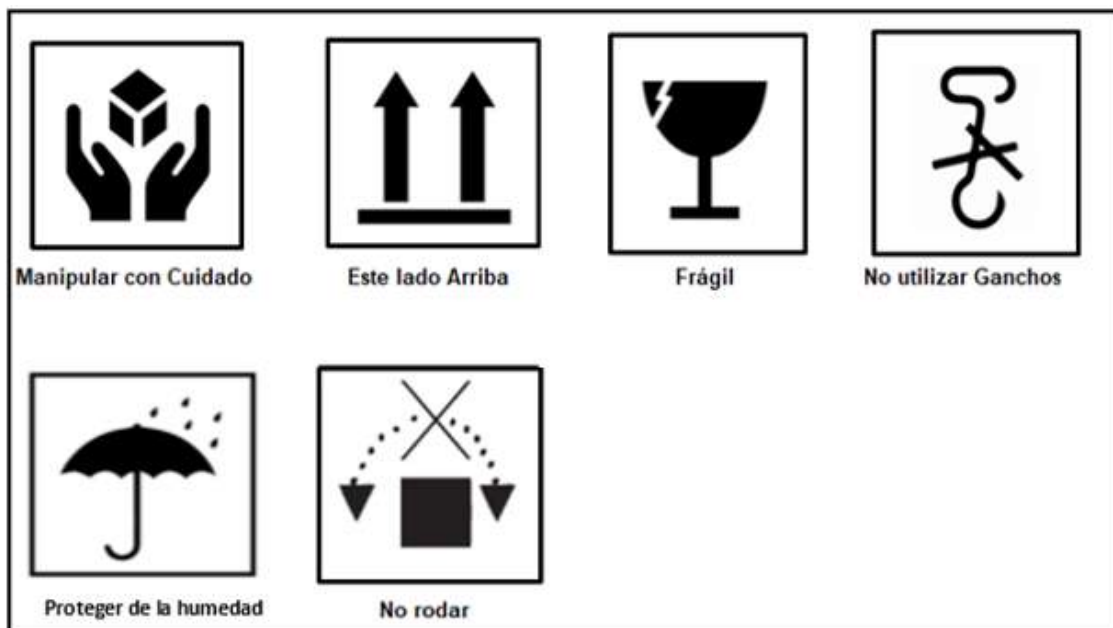


Figura 26. Marcas de Manipuleo.  
Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se muestra la caja con las marcas de expedición, informativas y de manipuleo:

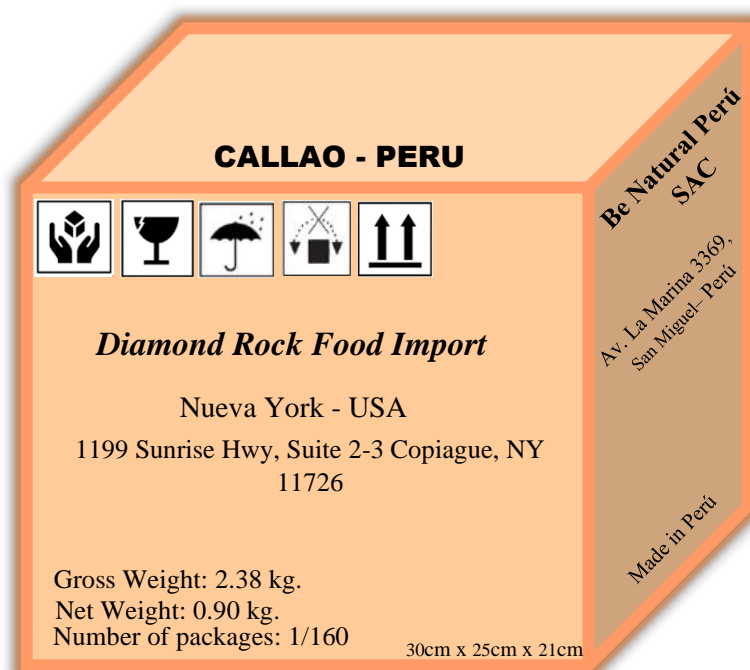


Figura 27. Marcado de caja del producto "Herbal Mix".  
Fuente: Elaboración propia.

### 4.3 Unitarización y cubicaje de la carga

Para la exportación a Estados Unidos, se cotizó el envío de 160 cajas corrugadas, cada caja máster contiene 36 cajitas de filtrantes, en 02 paletas (**carga suelta - LCL**) vía transporte marítimo.

- **Medidas de la caja**
  - Cajas máster de cartón corrugado.
  - Medidas: - Largo: 30cm
    - Ancho: 25cm
    - Altura: 21cm
  - N° de cajitas por Ancho de caja: 04 unidades
  - N° de cajitas por Largo de caja: 03 unidades
  - Niveles de cajitas: 03 niveles
  - Cantidades de cajitas por caja: 36 unidades

- Peso bruto por caja: 2.38 kg
- Peso neto por caja: 0.90 kg

- **Paleta:**

- Pallet de madera tipo americana
- Medidas: - Largo: 120cm  
- Ancho: 100cm
- N° cajas por ancho de paleta: 04 cajas
- N° cajas por largo de paleta: 04 cajas
- Niveles de caja: 5 niveles

**Total de cajas por paleta: 80**

- Total, de cajitas por paleta: 2,880 unidades
- Peso neto por paleta: 72.0 kg
- Peso bruto por paleta: 210.40 kg

**N° de paletas por embarque: 2**

- N° de cajitas por embarque: 5,760 unidades
- N° de cajas por embarque: 160 cajas
- Peso neto por embarque: 144.0 kg
- Peso bruto por embarque: 420.80 kg
- N° de envíos al año: 12 envíos
- N° de cajitas anuales: 69,120 unidades
- N° de cajas anuales: 1,920 cajas
- Peso neto anual: 1728.00 kg
- Peso bruto anual: 5049.60 kg

#### **4.4 Cadena de DFI de exportación**

##### **4.4.1 Distribución Física en Origen**

Be Natural Perú S.A.C adquirirá la materia prima (matico, manzanilla, hierba luisa, cedrón y boldo) de la empresa AGRO-EXPORT TOPARÁ S.A.C. Se tercerizará el proceso productivo y de envasado, el cual será realizado por la empresa PERUVIAN NATURE S & S S.A.C. Terminado el proceso, hará la entrega

de los filtrantes en una presentación de caja de cartón 10 x 6.2 x 7 cm, que contendrán 25 unidades de filtrantes. Una vez finalizada la producción, será trasladado al almacén de la empresa.

Tabla 55. Proveedores de Be Natural Perú S.A.C

<b>Empresa</b>	<b>RUC</b>	<b>Servicio</b>	<b>Ubicación</b>
AGRO-EXPORT TOPARA S.A.C.	20279002599	Proveedor de materia prima.	Monte Mayor 188 Chacarilla, Santiago de Surco – Lima.
PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.	20502203461	Servicio de maquila y envasado.	Calle Las Gardenias Mz. I lote. 12 Urb. Praderas de Lurín.
Cartones Villa Marina S.A. (CARVIMSA)	20424964990	Proveedor de cajas de cartón.	Autopista Panamericana Sur Km 19 Mz “F” Lt. 2 Villa El Salvador - Lima.

Fuente: Elaboración propia, en base SUNAT.

Be Natural Perú S.A.C. realizará la compra de la materia prima (matico, manzanilla, hierba luisa, cedrón y boldo) a la empresa AGRO-EXPORT TOPARA S.A.C., quienes se encuentran ubicados en Monte Mayor 188 Chacarilla, Santiago de Surco - Lima. Dicha empresa se encargará de la desinfección, pre-secado, corte según el tamaño solicitado por la empresa y el pesado acorde al requerimiento; adicional a ello, se encargará de transportar la materia prima hasta la planta procesadora de PERUVIAN NATURE S & S S.A.C. que se encuentra ubicada en Calle Las Gardenias Mz. I lote. 12 urb. Praderas de Lurín - Lima, esta empresa será la encargada del proceso productivo y envasado de los filtrantes de hierbas aromáticas. La empresa de maquila debe de entregar el producto envasado, empaquetado, embalado, y unitarizada en los respectivos pallets en el almacén de la empresa ubicada en el distrito de San Miguel.

Para el envasado del producto, se realizará la compra a la empresa CARTONES VILLA MARINA S.A. (CARVIMSA) quien proveerá de las cajas de cartón corrugado que serán llevados hacia el proveedor de maquila (PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.) para que puedan realizar el empaquetado y paletizado del producto.

Es correcto mencionar que Be Natural Perú S.A.C. brindará las características de los empaques que se utilizarán para los productos a la empresa maquiladora. Además, PERUVIAN NATURE S & S S.A.C. se compromete a entregar los pallets debidamente certificados por SENASA. Además, cada fase del proceso productivo será supervisado por el inspector de calidad de Be Natural Perú S.A.C. quien será



el encargado de verificar la calidad del producto en cada etapa del proceso de elaboración.

#### 4.4.2 Evaluación de proveedores

##### 1. Proveedores de la materia prima

Para la compra de la materia prima se evaluarán 3 empresas proveedoras, cuyo criterio de selección y ponderación se muestra a continuación:

Tabla 56. Criterios para la selección de la empresa proveedora de materia prima.

Criterios	AGRO EXPORT TOPARÁ	PEBANI INVERSIONES S.A.	HIERBAS DEL PERÚ S.A.
Precio por Kg.	Bajo	Bajo	Bajo
Flete	S/. 380	S/. 400	S/. 420
Ubicación	Surco	San Borja	Chorrillos
Experiencia	40 años	21 años	26 años
Puntualidad	Muy buena	Muy buena	Muy Buena

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 57. Ponderación para la selección de la empresa proveedora de materia prima.

Calificación: 1 muy malo – 5 muy bueno

Criterios	Importancia %	Agro export Topara	Puntaje 1	Pebani Inversiones S.A.	Puntaje 2	Hierbas del Perú S.A.	Puntaje 3
Precio por Kg.	25%	5	1.25	5	1.25	5	1.25
Flete	15%	5	0.75	4	0.6	3	0.45
Distancia	20%	4	0.8	4	0.8	3	0.6
Experiencia	20%	5	1	3	0.6	4	0.8
Puntualidad	20%	5	1	5	1	5	1
Total	100%		4.8		4.25		4.1

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar en la Tabla N°57, se puede notar que, la mejor opción como proveedor de materia prima para la elaboración de nuestros filtrantes aromáticos es la empresa AGRO-EXPORT TOPARA S.A.C.

## 2. Proveedores del proceso de maquila

Para la selección del proveedor del proceso de maquila se evaluarán 3 empresas proveedoras, cuyo criterio de selección y ponderación se muestra a continuación:

Tabla 58. Criterios para la elección del proveedor de maquila

Criterios	Peruvian Nature S&S S.A.C	ArtPack Perú S.A.C	Industria H.E. S.A.C.
Costo de maquila x unidad.	S/. 1.85	S/.1.60	S/.1.70
Certificados	SI	SI	SI
Ubicación	Lurín	San Luis	Chosica
Experiencia	19 años	14 años	17 años
Capacidad Instalada	50 TN	30 TN	40 TN
Puntualidad	Muy buena	Buena	Buena

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 59. Ponderación para la selección de la empresa maquiladora  
Calificación: 1 muy malo – 5 muy bueno

Criterios	Importancia %	Peruvia n Nature S&S S.A.C	Puntaje 1	ArtPac k Perú S.A.C	Puntaje 2	Industri a H.E. S.A.C.	Puntaje 3
Costo de maquila	25%	3	0.75	5	1.25	4	1
Certificados (+)	15%	5	0.75	4	0.6	3	0.45
Ubicación	20%	4	0.8	4	0.8	3	0.6
Experiencia	10%	5	0.5	3	0.3	4	0.4
Capacidad Instalada	10%	5	0.5	3	0.3	4	0.4
Puntualidad	20%	5	1	4	0.8	4	0.8
Total	100%		4.3		4.05		3.65

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en la Tabla N°59, para la selección de la empresa que se encargará de la producción y envasado de los filtrantes de hierbas aromáticas se ha considerado seis criterios, obteniendo como resultado la elección de la empresa PERUVIAN NATURE S & S S.A.C con un puntaje de (4.3) que tienen ventajas bien marcadas a comparación de las otras dos empresas maquiladores que es la experiencia, capacidad instalada, la puntualidad y sus certificaciones ( BRC Food Certificated, NSF HACCP, HSF GMP, USDA Organic, Control Union

Certifications) que garantizan un producto terminado de calidad para el mercado americano.

### 3. Proveedores de cajas de cartón corrugado

Es necesario realizar una evaluación de criterios para nuestro proveedor de cajas de cartón corrugado, que se muestra a continuación:

Tabla 60. Criterios para la selección de proveedor de cajas de cartón corrugado

Criterios	Propacking S.A.C.	Cartones Villa Marina S.A.	PAPELSA
Precio	Bajo	Medio	Medio
Ubicación	Comas	Villa el Salvador	Huachipa
Experiencia	10 años	23 años	20 años
Puntualidad	Buena	Muy Buena	Buena
Variedades	Limitado	Diverso	Diverso

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 61. Ponderación para la selección de proveedor de cajas de cartón corrugado

Calificación: 1 muy malo – 5 muy bueno

Criterios	Importancia %	Propacking S.A.C.	Puntaje	Cartones Villa Marina S.A.	Puntaje	PAPELSA	Puntaje
Precio	25%	5	1.25	4	1	4	1
Ubicación	15%	3	0.45	5	0.75	4	0.6
Experiencia	25%	3	0.75	5	1.25	4	1
Puntualidad	15%	4	0.6	5	0.75	4	0.6
Variedades	20%	3	0.6	5	1	5	1
TOTAL	100%		3.65		4.75		4.2

Fuente: Elaboración propia.

Tal como se muestra en la Tabla N°61, según los resultados obtenidos en la ponderación podemos indicar que nuestro proveedor de cartón corrugado será Cartones Villa Marina S.A.

#### ❖ Determinación del proceso productivo

PERUVIAN NATURE S & S S.A.C. será la empresa que brindará el servicio de maquila para realizar la transformación de la materia prima de hierbas aromáticas a filtrantes de matico, manzanilla, hierba luisa, cedrón y boldo. Esta empresa se encargará del envase primario en cajitas con cinco unidades de cada tipo de hierbas, con un total de 25 filtrantes de un gramo cada uno, para luego

empaquetarlas en cajas máster de cartón corrugado. Cada caja máster contendrá 36 cajitas del producto.

Cabe resaltar que el envasado, empaquetado y embalado será realizado por PERUVIAN NATURE S & S S.A.C., es conveniente decir que, dicha empresa será la responsable de unitarizar la carga en pallets, las cuales contarán con el certificado fitosanitario autorizado por SENASA de acuerdo con las normativas del NIMF-15.

A continuación, se presenta el diagrama de flujo del proceso productivo para obtener el producto final:

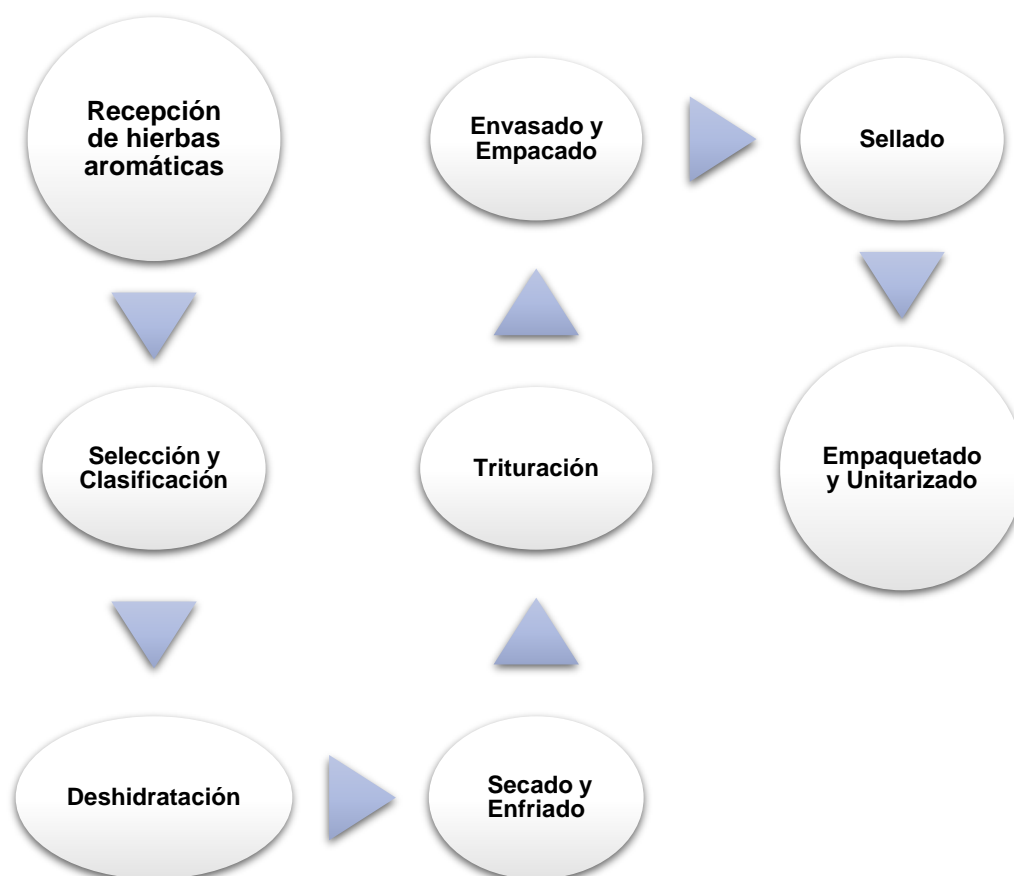


Figura 28. Diagrama de flujo de producción de "Herbal Mix".  
Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en la Figura N°28, el diagrama del flujo del proceso productivo, a continuación, se explicará a mayor detalle:

- Recepción de hierbas aromáticas: Ingreso y control de las hierbas aromáticas a la empresa maquiladora PERUVIAN NATURE S & S S.A.C para su elaboración.
- Selección y Clasificación: La selección es de manera manual a fin de que se puedan extraer partículas extrañas, luego de ello, se clasifican las hierbas que se encuentren en buen estado y se coloca en las bandejas respectivas.
- Deshidratación: Las hierbas centrifugadas se ponen en bandejas dentro de un deshidratador. El sistema extraerá el agua de las hierbas, con alta circulación de aire y a temperatura de 40°C, a fin de evitar que se pierdan sus diferentes propiedades.
- Secado y Enfriado: Se exponen las hierbas al calor a través del contacto con aire caliente, después de ello, se coloca en las bandejas de aluminio para que se enfríe.
- Trituración: Las hierbas son colocadas en la maquina trituradora donde son reducidas al tamaño necesario para que quepan en la bolsa de sellado.
- Envasado y Empacado: Antes de iniciar el envasado automático, se procede a la carga manual de bobinas (etiquetas, papel filtro termo-sellable y sobres de envoltura), rollo de hilo y adhesivo, así como del producto molido a envasar. El empaçado es manual y consiste en colocar las bolsas filtrantes envasadas dentro de cajas previamente rotuladas con su respectiva fecha de caducidad y número de lote.
- Sellado: Las cajas se envuelven y sellan en láminas de polipropileno.
- Empaquetado y Unitarizado: Luego del sellado de cada cajita, se colocará en cajas máster de cartón corrugado los cuales contendrán 36 unidades del producto en cada caja máster. Se hará uso de pallets para la unitarización de la carga y se utilizará Stretch film para fijar y asegurar la mercancía.
- Almacenamiento: Al concluir con el proceso, se traslada la mercancía al almacén de la empresa Be Natural Perú SAC.

#### **4.4.3 Requisitos de acceso al mercado objetivo**

Para poder exportar se debe cumplir con los diferentes requisitos que exigen tanto en el mercado peruano como para el mercado americano; es por ello que, existen agencias y departamentos del gobierno de Estados Unidos y del Perú que

son los responsables de definir y hacer cumplir los diferentes requisitos según el tipo de producto.

#### 4.4.3.1 Requisitos en Perú

A continuación, se mencionan las principales instituciones relacionadas con la exportación de alimentos en el Perú:



Figura 29. Requisitos de acceso al mercado objetivo en Perú.  
Fuente: Elaboración Propia, según (SIICEX, 2015)

#### 4.4.3.2 Requisitos en Estados Unidos

A continuación, se detallan las agencias federales de los Estados Unidos involucradas en el control de las importaciones, particularmente en la categoría de productos relacionados con alimentos:

**La Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA):** Es la entidad encargada de proteger la salud pública mediante el cumplimiento de regulaciones para asegurar la seguridad, de los alimentos, cosméticos y medicamentos que se comercializan en el mercado americano. Los productos importados pasan por inspección al momento de la entrada a la aduana americana y aquellos que no se encuentren conforme a ley estarán sujetos a regularización, serán reexportadas de manera voluntaria o en caso que se determine que es una amenaza para la salud será destruida.

**Ley contra el Bioterrorismo:** Todos los productos que ingresen a los Estados Unidos están sujetos a cumplir de manera obligatoria con esta ley que tiene como fin proteger los alimentos locales e importados ante un ataque terrorista con agentes biológicos.

La ley contra el Bioterrorismo cuenta con las siguientes normativas:

1-Registro de instalaciones alimentarias: Exige que todas las instalaciones alimenticias que procesen, envasen y almacenen alimentos que van a ser distribuidos en Estados Unidos, se registren ante la FDA.

2-Notificación previa de alimentos importados (Prior notice): Es un documento obligatorio que tiene como función avisar a las autoridades aduaneras americanas, que está llegando un envío de productos alimenticios. Todos los alimentos para el consumo humano que ingresen a los EE.UU están sujetos a dicha notificación.

\*Establecimiento y mantenimiento de registros: Las personas que procesen, distribuyan, almacenen, importen alimentos deben crear y mantener los registros que impone la FDA para identificar el origen y destinatario inmediato de los alimentos.

\*Detención administrativa: La FDA está autorizada de detener de manera inmediata aquellos alimentos que sean una amenaza seria a la salud y la vida de las personas estadounidenses. Estas dos normativas son de carácter y cumplimiento obligatorio para toda exportación de alimentos y bebidas (frescos o envasados) que ingresen al territorio americano.

Figura 30.Requisitos de acceso al mercado de Estados Unidos.

Fuente: Elaboración Propia, según (SIICEX, 2015)

#### 4.4.4 Certificaciones y Trazabilidad

A continuación, se detallan las certificaciones importantes y la trazabilidad a tomar en cuenta para el ingreso de los productos al mercado estadounidense:

**Buenas prácticas de manufactura (BPM):** Se aplican en todos los procesos de elaboración y manipulación de alimentos, y son una herramienta fundamental para la obtención de productos inocuos. Constituyen un conjunto de principios básicos con el objetivo de garantizar que los productos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan los riesgos inherentes a la producción y distribución. Asegura que los productos se fabriquen en forma uniforme y controlada.

**Sistema de análisis de peligro y puntos críticos de control (HACCP):** Identifica, analiza y controla los peligros físicos, químicos y biológicos de las materias primas, las distintas etapas del proceso de elaboración y la distribución del producto. En el Perú es obligatoria su aplicación para productos destinados al mercado nacional e internacional de acuerdo a la "Norma Sanitaria para la aplicación del Sistema HACCP en la fabricación de Alimentos y Bebidas" según Resolución Ministerial N° 449- 2006/MINSA.

**Requisitos microbiológicos (DIGESA):** Esta norma es obligatoria en el territorio nacional y establece las condiciones microbiológicas de calidad sanitaria e inocuidad que deben cumplir los alimentos y bebidas en estados natural, y/o procesados para ser aptos para el consumo humano.

**Trazabilidad:** Es un instrumento que ayuda a asegurar la calidad a lo largo de la cadena de distribución de los alimentos y conseguir la confianza del consumidor final. Los factores que impulsan la trazabilidad es la propia competencia entre empresas y canales de distribución; estos impulsan la trazabilidad en los productos, permitiendo analizar y hacer seguimiento a los residuos alimentarios y contaminantes. Es por ello que, facilita la toma de decisiones en caso de identificar las causas, permitiendo retirar las partidas defectuosas y modificar los procesos de elaboración o comercialización inadecuados.

Figura 31. Certificaciones y Trazabilidad.

Fuente: Elaboración Propia, según (SIICEX, 2015), (OCACERT, 2020)

#### 4.4.5 Determinación del operador logístico

Para determinar el Operador Logístico con el que se va a trabajar se tomará en cuenta los siguientes puntos:

- Experiencia en el Mercado Logístico
- Servicio Personalizado
- Tiempo de Respuesta
- Por cotización



Tabla 62. Criterios para la selección del Operador Logístico.

Operadores Logísticos	Experiencia	Servicio personalizado	Tiempo de respuesta	Por costos
<b>ISA PERU SAC</b>	10 años	Bueno	Regular	Promedio
<b>GRUPO ATLANTIC OP. LOG</b>	11 años	Bueno	Regular	Promedio
<b>INCALINES</b>	22 años	Muy Bueno	Rápida	Promedio

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 63. Ponderación para la selección del Operador Logístico  
Calificación: 1 muy malo – 5 muy bueno

Criterios	Nivel Importancia	ISA PERU SAC	Puntaje	GRUPO ATLANTIC OP. LOG	Puntaje2	INCALINES	Puntaje
Costos	30%	4	1.2	4	1.2	4	1.2
Atención al cliente	20%	4	0.8	4	0.8	4	0.8
Experiencia	10%	3	0.3	4	0.4	5	0.5
Tiempo de respuesta	25%	3	0.75	3	0.75	4	1
Seguridad	15%	4	0.6	4	0.6	4	0.6
Total	<b>100%</b>		3.65		3.75		<b>4.1</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Como se puede observar en la Tabla N°63, de acuerdo con los criterios de selección del operador logístico, se trabajará con la empresa INCALINES quienes tienen mayor experiencia en el mercado, sus costos están acordes al mercado y su tiempo de respuesta es rápida. Tendrá la responsabilidad del transporte local del almacén de la empresa al terminal portuario del Callao, ingreso de la carga al depósito temporal, servicio de agencia de aduanas (trámites respectivos para la salida definitiva de la carga y servicio de agenciamiento de carga (flete, emisión de BL, transmisión de manifiesto y consolidación de carga). (Ver anexo N° 2, 3 y 4).

#### 4.4.6 Técnicas de cuantificación de demora

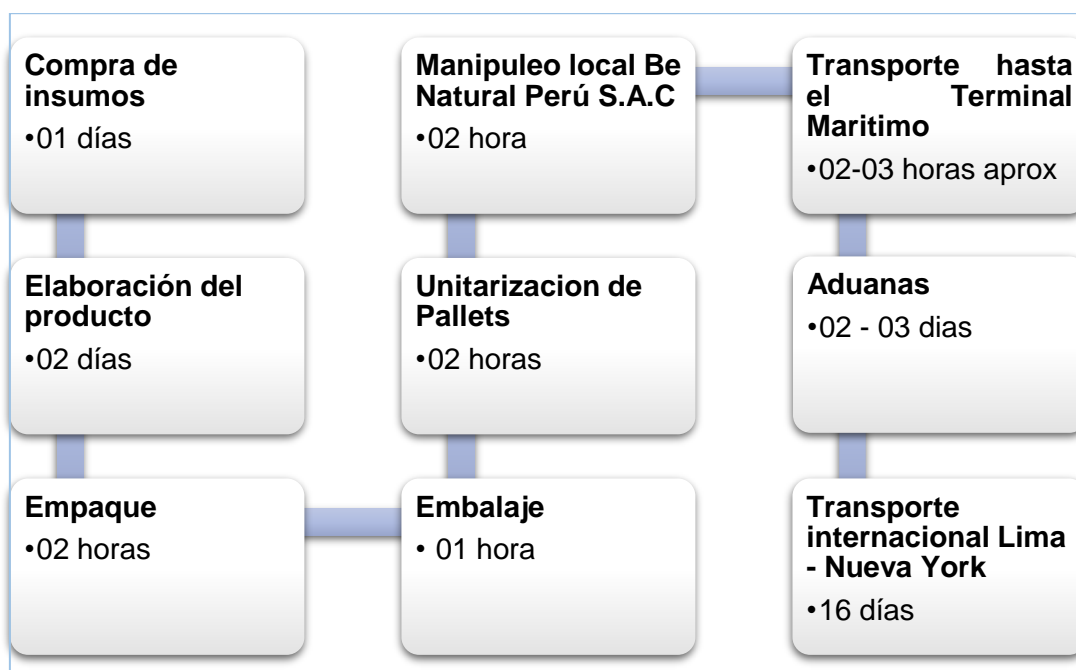


Figura 32. Cuantificación de demora.

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en la Figura N°32, la cuantificación de la demora depende de la frecuencia de salida de las naves para el puerto de Nueva York, en nuestro caso las naves zarpan semanalmente, llegando a demorar entre 16 a 18 días, según la línea naviera. Se debe considerar que al ser primera exportación estamos sujetos a la asignación de canal rojo, es decir la mercadería tendrá que ser aforada por un especialista de Aduana, la demora se calcula entre 02 a 03 días.

- Tiempo estimado total: 23 días aproximadamente.

Puerto de origen (Perú)	Puerto de destino	US\$ Tarifa promedio de flete por contenedor (*)				Días de tránsito (**)	Frecuencia de salida (**)	Líneas navieras
		Contenedores 20 pies	40 pies	40 pies refrigerado	Mercadería Consolidada Tm/m <sup>3</sup>			
Callao	Bilboa (Panamá)	1,308	1,615	2,131	78	4	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Miami (Estados Unidos)	1,519	2,200	3,538	75	16	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Port Everglades (Estados Unidos)	2,128	3,451	4,594	80	19	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Charleston (Estados Unidos)	1,530	2,031	4,035	106	19	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Norfolk (Estados Unidos)	1,530	2,031	4,035	97	18	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Baltimore (Estados Unidos)	1,472	2,031	4,035	75	23	SEMANAL	Ver líneas
Callao	New York (Estados Unidos)	1,836	2,139	4,094	70	16	SEMANAL	Ver líneas

Figura 33. Tiempo de Tránsito del Puerto Callao a Puerto de New York.

Fuente: SIICEX.

#### 4.4.8 Determinación de la vía de embarque

Para determinar la vía de embarque para la exportación de filtrantes de hierbas aromáticas, se evaluarán los siguientes aspectos:

- Disponibilidad de salidas
- Costo del flete
- Restricciones de carga
- Tiempo de tránsito
- Manipuleo seguro

Tabla 64. Cuadro de ponderación para la selección del medio de transporte  
Calificación: 1 muy malo – 5 muy bueno

Ponderación de Variables	Variable	Aéreo		Marítimo	
		Calif.	Puntaje	Calif.	Puntaje
20%	Disponibilidad de salidas	4	0.8	3	0.6
30%	Costo del flete	2	0.6	4	1.2
10%	Restricciones de carga	3	0.3	4	0.4
25%	Tiempo de transito	4	1	3	0.75
15%	Manipuleo seguro	4	0.6	4	0.6
100%			3.3		3.55

Fuente: Elaboración propia.

Según se observa en la Tabla N°64, el medio de transporte que es más conveniente para el proyecto, es el marítimo, ya que se logró determinar que es el adecuado debido a que cumple con los puntos más importantes para realizar una óptima entrega del producto, en un tiempo pactado con el cliente ya que hasta llegar al puerto de Nueva York el tiempo estimado es de 16 a 18 días, teniendo un costo de flete accesible; esto es favorable ya que al ser una empresa nueva y que recién inicia actividades, necesita que los costos no sean tan elevados.

#### 4.5 Seguro de las mercancías

Tabla 65. Tipos de póliza de seguro de transporte terrestre

Tipo de póliza	Descripción
Póliza por viaje	Dan cobertura al transporte de una determinada mercancía dirigida a un único cliente, a realizar en un único viaje. En las

	pólizas por viaje se cubre la totalidad del recorrido del viaje en cuestión, desde origen a destino.
Póliza abierta	Dan cobertura al transporte de una determinada mercancía dirigida a un único cliente, a realizar en más de un viaje. En las pólizas abiertas se cubre la totalidad del recorrido (desde origen a destino) de los diferentes viajes, realizando un único contrato de seguro de transporte.
Póliza flotante local	Dan cobertura al transporte de diferentes mercancías dirigidas a distintos clientes, a realizar en diferentes viajes, durante un tiempo determinado. Se cubre la totalidad del recorrido de los distintos viajes, asimismo, todas las expediciones que pueda realizar una empresa durante un periodo de tiempo determinado. Con independencia a utilizar diferentes medios de transporte durante los distintos viajes a realizar, se genera un único contrato de seguro de transporte. Dicha póliza es utilizada normalmente por empresas con exportaciones continuas.

Fuente: Elaboración Propia, según (MAPFRE, 2020).

Como se puede apreciar en la Tabla N°65, la cobertura que la empresa Be Natural Perú S.A.C. va utilizar para salvaguardar la mercancía a exportar es la póliza de seguro flotante local de la empresa MAPFRE ya que este tipo de póliza se aplicará para todos los envíos que se va realizar; asimismo, es muy conveniente porque no es necesario contratar una póliza de seguro por cada envío sino por un tiempo determinado aceptando la fecha de caducidad que indique el asegurador, en nuestro caso va ser por un tiempo determinado de un año. (Ver anexo N° 14).

## **5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL**

(Miguez, 2016) El comercio internacional es el intercambio de bienes, recursos, tecnologías y servicios que se efectúan entre las distintas naciones y mercados, de tal manera que se dé origen a la salida de las mercancías de un país (exportaciones) y entradas de mercancías procedentes de otros países (importaciones). Estas actividades permiten comercializar aquellos productos en los que se tiene ventaja competitiva; asimismo, permite adquirir desde el exterior aquellos productos que no se producen en el país o que resulta más económico importarlo.

### **5.1 Fijación de precios**

Be Natural Perú SAC determinará su precio de venta tomando en cuenta los siguientes métodos:

El primer método es en base a la competencia, se evaluará el precio que en promedio usan para la venta las empresas competidoras del producto. Luego, se utilizará el método basado en los costos para determinar el costo unitario que, sumando un margen de ganancia, permitirá obtener un precio acorde a la competencia.

Be Natural Perú SAC definirá el precio de venta, cuando se haya hallado el costo unitario por cada unidad de producto, calculando un margen de ganancia que permita competir en el mercado, con respecto a otras empresas. Para determinar del precio de venta se tomará en cuenta el Incoterm FOB 2020, como también la cantidad solicitada, precios de la competencia, entre otros.

#### **5.1.1 Costos y precio**

La selección del Incoterm en que se venderá el producto es de vital importancia ya que, dependiendo de ello, se definirán cuáles son los derechos, obligaciones y responsabilidades que tiene el comprador como el vendedor dentro de la negociación internacional.

Tabla 66. Principales precios a nivel mundial de la partida 210690.  
(Precio por tonelada en dólares)

<b>Importadores</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
	<b>Valor unitario importado</b>	<b>Valor unitario importado</b>	<b>Valor unitario importado</b>	<b>Valor unitario importado</b>	<b>Valor unitario importado</b>
Estados Unidos de América		4,810.00	4,842.00	5,069.00	5,464.00
China	8,276.00	9,213.00	9,066.00	10,817.00	10,501.00
Reino Unido	5,782.00	5,556.00	5,004.00	4,279.00	4,280.00
Alemania	4,558.00	4,562.00	4,633.00	4,808.00	4,392.00
Corea, República de	10,109.00	11,157.00	12,035.00	13,528.00	14,486.00
Países Bajos	4,021.00	3,962.00	4,289.00	4,310.00	3,987.00
Canadá	4,862.00	5,475.00	5,226.00	5,914.00	5,871.00
Francia	4,669.00	4,774.00	5,047.00	5,184.00	4,768.00
Hong Kong, China	6,773.00	8,324.00	8,312.00	10,043.00	9,273.00

Fuente: Elaboración propia, según Trade map.

Como se puede apreciar, en la Tabla N°66, se detallan los precios por tonelada de la partida 210690 y los principales mercados importadores en los últimos 5 años a nivel mundial que son Estados Unidos, China y Reino Unido.

Tabla 67. Principales precios de las exportaciones peruanas de la partida 2106907100.  
(Precio por kilogramos en dólares)

<b>Importadores</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
	<b>Valor unitario, Dólar Americano/Kilogramos</b>	<b>Valor unitario, Dólar Americano/Kilogramos</b>	<b>Valor unitario, Dólar Americano/Kilogramos</b>	<b>Valor unitario, Dólar Americano/Kilogramos</b>	<b>Valor unitario, Dólar Americano/Kilogramos</b>
Estados Unidos de América	10	13	15	14	16

Fuente: Elaboración propia, según Trade map.

Como se observa en la Tabla N°67, para el año 2019 el valor unitario por kilo para la partida 2106907100 ha sido de \$16.00.

Tabla 68.Principales precios de empresas peruanas que exportan en la partida 2106907100.  
(Precio por unidad en dólares)

IMPORTADOR	U\$ FOB UND	DESCRIPCION COMERCIAL
LIDER CO LTD	1.180	cajitas x 25 filtrante uña de gato hornimans cajitas x 25 filtrante boldo hornimans
OMEGA DISTRIBUTIONS CORP 6980 84TH	1.250	cajas de infusión relajante con 25 unidades filtrantes de 1 gr.
OMEGA DISTRIBUTIONS CORP 6980 84TH	1.250	cajas de infusión digestivo con 25 unidades filtrantes de 1 gr.
OMEGA DISTRIBUTIONS CORP 6980 84TH	1.250	cajas de infusión de chanca piedra con 25 unidades filtrantes de 1 gr.
ANDES HERB KENKYUSHO 1038-4 IKANO-	1.300	cajas de filtrante de uña de gato (25 unid c/caj)
MONTREAL IMPEXP 141 RUE RANGER L.I.L	1.300	filtrantes hierba luisa, manzanilla, anís, boldo, chanca piedra, uña de gato marca: s/m modelo: s/m uso: consumo humano
PERU FOOD IMPORT INC	1.320	boldo filtrante marca: Perú Food 24 x 25 x 1gr restitucion de derechos arancelarios d.s.104-95-ef
MONTREAL IMPEXP	1.280	filtrantes yerba (16 boxes/100 uni/pack) marca: herbi modelo: s/m uso: consumo
SWISS BROTHERS TRADING	1.312	harina de alfalfa nutrimix boldo sen gin filtrante
MONTREAL IMPEXP 141 RUE RANGER LIL	1.300	filtrante cedrón del valle (32 boxes/25 uni/pack) marca: del valle modelo: s/m uso: consumo
BIO HERBAL	1.400	caja de 37.5 gr con filtrante de infusión diabetisan te filtrante
LIDE CO LTD	1.180	bolsa x 40 x 25 te uña de gato filtrante hornimans

Fuente: Elaboración propia, según Veritrade.

Como se puede apreciar, en la Tabla N°68, el precio por cajitas de filtrantes o infusiones de la competencia varía entre \$ 1.18 a 1.40 por lo que se espera que el precio de nuestro producto “Herbal Mix” que son los filtrantes de hierbas aromáticas oscile en ese rango.

#### ❖ Determinación de precios

Para determinar el precio del producto se ha realizado cotizaciones con operadores logísticos en dos modalidades (FOB y FCA) a fin de ver cuál es el más conveniente.

Tabla 69. Determinación del precio para los filtrantes de hierbas aromáticas en FOB.

<b>Costos directos</b>	<b>FOB</b>
Costos de producto tercerizado	127,064.64
<b>Costos indirectos</b>	
Gasto de personal	70,680.00
Materiales indirectos	471.00
Gastos indirectos	15,000.00
<b>Gastos operacionales</b>	
Gastos administrativos	11,350.00
Gasto de ventas	28,216.40
<b>Total costo</b>	<b>252,782.04</b>
Transporte del almacén hacia el puerto	3,600.00
Seguro de carga	3,976.28
Certificado de origen	480.00
Emisión BL	646.20
Derecho de embarque	1,596.00
Servicio de tarja	600.00
Transmisión de aduana	900.00
Visto bueno portuario	4,800.00
Aforo físico	1,723.20
Servicios adicionales	5,471.16
Agenciamiento de aduanas	3,877.20
Comisión transferencia bancaria	1,077.00
<b>Costo FOB</b>	<b>281,529.08</b>
<b>Margen</b>	15.00%
<b>Valor FOB</b>	<b>331,210.69</b>
<b>Precio FOB unitario</b>	<b>4.79</b>
<b>Precio FOB unitario</b>	<b>1.335</b>

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla N°69, de acuerdo con la evaluación de costos, se ha considerado la cotización en FOB en base a la información brindada por los operadores logísticos, en el cual se obtuvo como resultado el precio unitario del producto "Herbal Mix" en \$ 1.33 que se encuentra dentro del rango de precios de las principales empresas peruanas que exportan bajo la partida 2106907100. (Ver anexo N° 2).



Tabla 70. Determinación del precio para los filtrantes de hierbas aromáticas en FCA.

<b>Costos directos</b>	<b>FCA</b>
Costos de producto tercerizado	127,064.64
<b>Costos indirectos</b>	
Gasto de personal	70,680.00
Materiales indirectos	471.00
Gastos indirectos	15,000.00
<b>Gastos operacionales</b>	
Gastos administrativos	11,350.00
Gasto de ventas	28,216.40
<b>Total costo</b>	<b>252,782.04</b>
Transporte del almacén hacia el aeropuerto	3,600.00
Seguro de carga	3,976.28
UA Fee	2,067.84
Transfer fee	2,584.80
AWB	1,292.40
Handling	1,525.03
Comisión de agencia	6,100.13
Transporte	3,050.06
Aforo físico	1,723.20
Comisión transferencia bancaria	1,077.00
Servicios adicionales	3,600.00
<b>Costo FCA</b>	<b>283,378.79</b>
<b>Margen</b>	16.00%
<b>Valor FCA</b>	<b>337,355.70</b>
<b>Precio FCA unitario</b>	4.88
<b>Precio FCA unitario</b>	<b>1.360</b>

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla N°70, de acuerdo con nuestra evaluación de costos, se ha considerado la cotización en FCA (aéreo) en base a la información brindada por los operadores logísticos, en el cual se obtuvo como resultado el precio unitario del producto “Herbal Mix” en \$ 1.36. En el punto de elección y aplicación se explicará con cuál de los dos Incoterms detallados se va a trabajar. (Ver anexo N° 5).

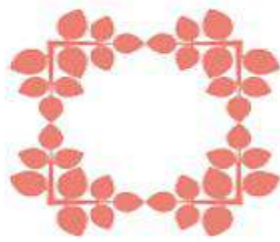
### **5.1.2 Cotización internacional**

La cotización es utilizada en las empresas para entablar negociaciones entre algunas partes, es normalmente el primer paso para realizar una exportación o importación. El objetivo principal de la cotización en el comercio internacional es el de presentar una oferta de la mercancía al comprador, después de haber generado un contacto comercial y luego de manifestar su interés en adquirirla.

Cuando se haya contactado con el comprador y se note el interés por el producto se deberá iniciar con las negociaciones y dejar en claro puntos importantes para realizar la transacción como: la cantidad de producto que comprará, los tiempos de entrega, el incoterm con el que se negociará y el medio de pago. Todo este proceso de comunicación y acuerdos con el comprador se llevará vía electrónica por medio de la cuenta de Microsoft Teams y correo electrónico para concluir los detalles de la negociación.

Después de entablar la primera comunicación, se contactará con el comprador para establecer que la cotización será expresada en FOB Incoterm 2020, la forma de pago será mediante transferencia internacional confirmada. Para concluir, una vez aceptada la cotización con las condiciones acordadas por el cliente, se procederá al envío de la orden de compra, iniciando de esta manera con el despacho de las mercancías en el plazo establecido. Se le presentará un modelo de cotización con los puntos acordados anteriormente.

A continuación, se presenta un modelo de cotización en base a los puntos acordados con el cliente:



BE  
NATURAL  
PERÚ  
SAC

Av. La Marina 3369 – San Miguel, Lima.

Teléfono: (51-1) 522-6558

[www.benaturalperusac.com.pe](http://www.benaturalperusac.com.pe)

Lima 20 de noviembre de 2020.

Señores

**Diamond Rock Food Import**

1199 Sunrise Hwy, Suite 2-3 Copiague, NY 11726

Atención. - Mr. Andrew Thompson – Buyer Manager.

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

- PRODUCTO : FILTRANTES DE HIERBAS AROMATICAS (Matico, Manzanilla, Hierba Luisa, Cedrón y Boldo).
- PRESENTACION : Cajitas de 25 unidades de 25 gramos.
- PARTIDA ARANCELARIA : 2106.90.71.00
- REGISTRO SANITARIO : Q2800317N/NACRHR (DIGESA).
- CANTIDAD : 5760 UNIDADES.
- PROPORCION EMBALAJE : CAJAS DE CARTON MÁSTER CORRUGADO.  
L: 30CM x A: 25CM x H: 21CM.
- PRECIO FOB CALLAO : US \$ 1.33 x Envase.
- FORMA DE PAGO : Transferencia Internacional.
  
- MODO DE TRANSPORTE : MARITIMO (SIN TRANSBORDO).
- PUERTO DE EMBARQUE : CALLAO – PERU.
- VALIDEZ DE LA OFERTA : 30 DIAS.

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.

Kiara Zapata Cruz.

**GERENTE GENERAL**

Figura 34. Modelo de cotización de Be Natural Perú S.A.C.

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en la Figura N°34, se detalla el modelo de cotización que se le enviará a la empresa Diamond Rock Food Import, donde se muestra la cantidad del producto a exportar en el primer envío, las condiciones acordadas con el cliente como la forma de pago, el precio FOB unitario del producto, el medio de transporte, validez de la oferta, las cuales se mantendrán para todos los envíos que se realicen durante el año.

## 5.2 Contrato de compra venta internacional y sus documentos

### 5.2.1 Contrato de compra venta internacional

El contrato de compraventa internacional es un acuerdo de voluntades que se realiza entre dos partes (importador - comprador) y (exportador - vendedor), residentes en diferentes países, en el que acuerdan transferir la propiedad de las mercancías a cambio del pago de un precio determinado. Este documento incluye las condiciones del transporte, seguro y entrega (Incoterm), condiciones de pago, precio, plazos de entrega, responsabilidades de cada una de las partes, entre otros. (SIICEX, 2017)

En este caso el contrato de compraventa se realizará entre Be Natural Perú S.A.C. ubicado en Lima - Perú y la empresa importadora Diamond Rock Food Import con sede en Nueva York - Estados Unidos, donde se comercializará los filtrantes de hierbas aromáticas. (Ver anexo N°13).

### 5.2.2. Negociación de condiciones de compra venta

La empresa Be Natural Perú S.A.C. realizará contratos de negociación para llevar de manera adecuada las futuras ventas con los clientes. De esta forma, la empresa buscará tener una relación de negocios de manera cordial con el cliente, lo cual se fortalecerá a través del tiempo y así logrará la confianza del comprador.

Se tomará en cuenta lo siguiente:

Tabla 71. Información del plan para elaboración del contrato internacional.

Aspectos de la Compraventa Internacional	Información del Plan de Negocios
Las Partes	Exportador: Be Natural Perú S.A.C.
	Diamond Rock Food Import.

La Vigencia del contrato	Aplica por cada embarque. Plazo máximo por 1 año.
La Mercancía	Filtrantes de hierbas aromáticas (5 tipos)
La Cantidad	Total de unidades: 5,760
El Envase	Envase de cajitas de cartón de 25gr.
El Embalaje	Cajas master de cartón corrugado.
El Transporte	Marítimo
La Fecha Máxima de Embarque	18 días.
Lugar de Entrega	Nueva York.
El Incoterm	FOB Callao, Incoterms® 2020.
Los Gastos	A cuenta del importador.
La Transmisión de los Riesgos	Por parte del exportador la responsabilidad culmina a bordo del buque elegido por el comprador en el puerto convenido.
El Seguro	Por cuenta del importador.
Moneda de Transacción	USD (\$)
Precio	Precio FOB unitario USD 1.33 Precio FOB total USD 7,660.80
Forma de Pago	T/T 50% adelanto y 50% a la entrega del documento.
Medio de Pago	Transferencia Internacional.
La Documentación	Factura comercial, packing list, BL, cotización y certificación de DIGESA y de origen.
Lugar de Fabricación	Lima – Perú.

Fuente: Elaboración propia.

COMMERCIAL INVOICE								
<b>Exporter:</b> <i>Be Natural Perú S.A.C.</i> domiciliado en Av. La Marina 3369 – San Miguel, Lima.			<b>Invoice No. &amp; Date:</b> EXP 010/01-2021 20-FEBR-2021					
			<b>Buyers Order No. &amp; Date:</b> IMP200 01-DIC-2020		<b>Proforma</b>			
			<b>Other reference (s):</b>		<b>Air waybill (AWB) No. &amp; Date:</b>			
<b>Consignee:</b> <i>Diamond Rock Food Import</i> Address: 1199 Sunrise Hwy, Suite 2-3 Copiague, NY 11726			<b>Buyer (if other than consignee):</b>					
<b>Pre-carriage By</b> SEA		<b>Place of Receipt</b>		<b>Country of origin</b> PERU		<b>Country of destination</b> UNITED STATES		
				<b>Payment Terms:</b> T/T 50 % at the beginning and the other 50 % from the date of Bill of Lading				
<b>Sea Details</b>		<b>Port of Loading</b> CALLAO SEA PORT						
<b>Port of Discharge</b> NEW YORK SEA PORT		<b>Final Destination</b> NUEVA YORK						
<b>Boxes Marks</b> Container No.		<b>Numbering of the boxes</b>	<b>Number of Boxes</b>	<b>Description of Goods</b>	<b>Quantity</b>	<b>Presentation</b>	<b>FOB Price USD</b>	<b>Total FOB USD</b>
Be Natural Perú S.A.C.		1 to 160	160	Cajitas de filtrantes aromáticas (aromatic filter boxes)	5,760	Units	1.33	7,660.80
		<b>160</b>		<b>TOTAL FOB</b>			<b>7,660.80</b>	
AMOUNT CHARGEABLE (IN WORDS): nine thousand one hundred ninety two 96/100 dollars								
Manufacturer: Iconix Brand Group Inc						Freight	0.00	
Total Net Wt: 144		Total Shipper: 160.000				Insurance	0.00	
Total Gross Wt: 420.80		Total CBM:				<b>TOTAL FOB</b>		<b>7,660.80</b>
WE HEREBY CERTIFY THAT THE GOODS ARE OF US ORIGIN								
WE DECLARE THAT THIS PACKING LIST SHOWS THE CORRECT SPECIFICATION OF GOODS DESCRIBED AND THAT ALL PARTICULARS ARE TRUE AND CORRECT								

Figura 35. Factura comercial de Be Natural Perú SAC.  
Fuente: Elaboración propia.

### 5.2.3 Elaboración de contratos adecuado al plan de negocio

El contrato de compra venta internacional que celebrará la empresa Be Natural Perú S.A.C. con el importador Diamond Rock Foods Import estará regido por la convención de las Naciones Unidas sobre contratos de Compra – Venta internacional de mercadería suscrita en Viena el 11 de abril de 1980. Este contrato

fue previamente revisado y aprobado por el importador antes de su emisión final. (Ver Anexo N° 13).

### **5.3 Elección y aplicación del Incoterm**

Mediante las negociaciones previas que ha tenido Be Natural Perú S.A.C con Diamond Rock Food Import, se ha llegado en un acuerdo en exportar el producto que son filtrantes de hierbas aromáticas en FOB Callao, Incoterms® 2020, que consiste en que el vendedor tiene que entregar la mercancía a bordo del buque que ha contratado el comprador y en el puerto de embarque determinado. Cuando la mercancía está a bordo del buque es cuando se produce la entrega de esta y también la transmisión de los riesgos de pérdida o daño de la mercancía al comprador desde ese momento hacia adelante.

Para este proyecto de acuerdo con la evaluación de los incoterms FCA y FOB, la empresa exportadora Be Natural Perú S.A.C utilizará el FOB Incoterms® 2020 donde entregará la carga en Puerto Callao – Dp World Callao y se realizará el embarque de la mercadería en coordinación previa con el agente de aduana. El vendedor con apoyo de la agencia de aduana se encargará de todo el trámite operativo en origen que incluye envío de la carga a puerto, realizar los trámites aduaneros en origen, la manipulación y carga del material en puerto de Callao, mientras que, el importador se encargará del transporte internacional, la descarga y manipulación en puerto de New York, el trámite de nacionalización en destino, el transporte interno hasta el almacén de su empresa.

En el Incoterm FOB no es obligatorio contratar un seguro que cubra los posibles riesgos que pueda sufrir la mercancía durante su traslado. A pesar de ello, es recomendable que se contrate un seguro que cubra los riesgos que se hace cargo tanto el vendedor como el comprador. En el caso de Be Natural Perú S.A.C como vendedor, contará con una póliza de seguro flotante local con MAPFRE con el fin de asegurar la carga en el tránsito local.

La elección de trabajar con Incoterm FOB es porque le permite al comprador Diamond Rock Food Import tener mayor control sobre el flete y los costos, esto quiere decir que, al seleccionar de manera propia el transportista de carga, cuenta con mayor control sobre el envío, teniendo la opción de elegir las rutas, duración

de tránsito, negociar las condiciones del flete, acceder a mejores tarifas, etc. Por lo tanto, el comprador tiene el beneficio de trabajar con una sola compañía durante todo el proceso de transporte. Esto significa que, existe un punto central de contacto para cualquier duda o problema que pueda ocurrir. Trabajar con una sola compañía asegura que el cargador realice sus actividades a beneficio del comprador, ya que su único propósito es llevar el flete a su destino.

Cabe mencionar que, el flete internacional en FOB (transporte marítimo) es más económico que en FCA (transporte aéreo) que es más costoso, lo cual para el importador no es tan rentable ya que lo que se quiere es reducir costos.

A continuación, se muestra una tabla resumen de las responsabilidades de Be Natural Perú S.A.C “vendedor” y Diamond Rock Food Import “comprador”:

Tabla 72. Responsabilidades vendedor y comprador según Incoterm FOB 2020.

<b>Incoterm FOB 2020</b>	<b>Responsabilidad</b>
Mercancía acondicionada para su venta.	Vendedor
La carga en el almacén del vendedor.	Vendedor
Transporte Interior en origen.	Vendedor
Formalidades aduaneras de exportación.	Vendedor
Gastos de manipulación en origen.	Vendedor
Transporte principal Internacional.	Comprador
Seguro de mercancía.	Comprador
Gastos de manipulación en destino.	Comprador
Formalidades aduaneras de importación.	Comprador
Transporte interior en destino.	Comprador
Entrega de la mercancía al comprador.	Comprador

Fuente: Elaboración propia, en base a la CCI.

Como se observa en la Tabla N°72, las responsabilidades del vendedor inician desde que el producto a exportar se encuentra acondicionada para su venta hasta cumplir con todos los procedimientos necesarios para la entrega de la mercancía



en el puerto convenido para el embarque, luego de esto es el comprador quien asume todos los gastos desde el transporte principal hasta la descarga de la mercancía en su almacén.

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

### **5.4.1 Elección de medios de pago**

Las formas de pago internacionales son los diferentes acuerdos que existe entre comprador y vendedor para establecer el momento del pago de la mercancía, este momento de pago está en relación con el embarque y entrega del bien. (SIICEX, 2018)

La empresa Be Natural Perú S.A.C utilizará como medio de pago la transferencia internacional, en el cual el comprador Diamond Rock Food Import solicita a su banco en el exterior que realice pagos a favor correspondiente a la exportación a la cuenta de la empresa exportadora. El pago será 50% al inicio del contrato y el otro 50% restante a la fecha del embarque, cabe mencionar que, al ser una empresa que está iniciando operaciones, es necesario solicitar adelanto ya que con esta forma se logra minimizar riesgos ante un incumplimiento de pago.

#### **Participantes en la transferencia internacional:**

- ✓ Ordenante: Diamond Rock Food Import.
  - ✓ Banco emisor/ ordenante: Es el banco que emite la orden de pago.
  - ✓ Banco pagador/receptor: Es el banco que realiza el abono a la cuenta del exportador, suele ser un corresponsal del banco emisor.
  - ✓ Beneficiario: Be Natural Perú S.A.C
- 
- *Swift* ofrece los medios necesarios para la transmisión de la información financiera, mediante este sistema de comunicación, el banco se encarga de enviar a otro banco la orden de pagar una cantidad determinada de dinero al beneficiario.

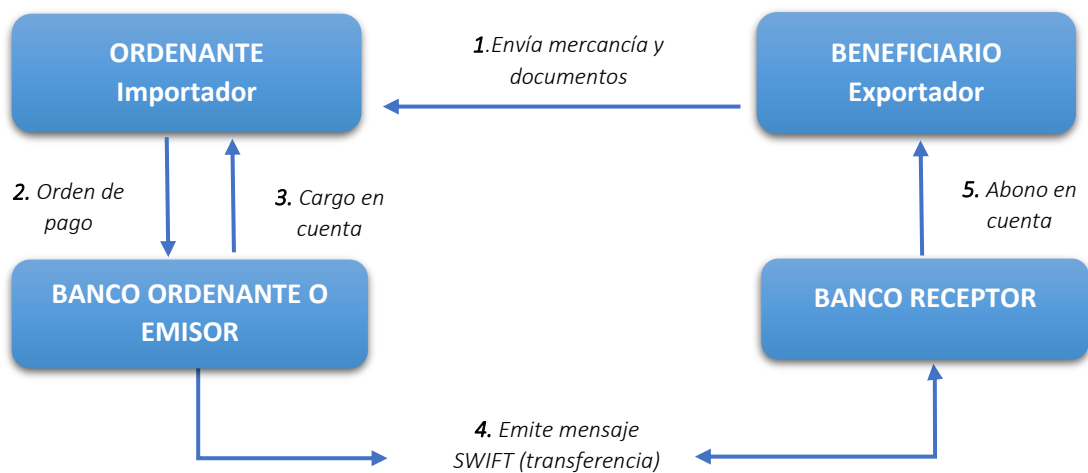


Figura 36. Flujograma de la dinámica de la transferencia internacional.

Fuente: Elaboración propia, según (SIICEX, 2018).

### Los costos de la Emisión de una Transferencia al Exterior

En la Figura N°37, se presenta información respecto a las comisiones del banco con el que se va a trabajar, en este caso es el Banco Interbank.

Concepto	Moneda Nacional (MN)			Moneda Extranjera (ME)			Oportunidad de Cobro
	Tasa	Mínimo	Máximo	Tasa	Mínimo	Máximo	
<b>2.3 Por investigaciones</b>							
Gasto por investigación, reparación o anulación. <sup>(R)</sup>					US\$ 25.00		Al inicio de la solicitud
<b>2.4 Envío de mensajes swift</b>					US\$ 25.00		
Denominaciones: Transferencias desde otra entidad							
<b>3. TRANSFERENCIAS DEL EXTERIOR</b>							
<b>3.1. Comisión por procesamiento</b>							Al momento del procesamiento.
Cliente: Abono en cuenta corriente / ahorros (7)						US\$ 24.00	
No cliente: Pago en ventanilla <sup>(1)</sup>				0.25%	US\$ 25.00	US\$ 250.00	
<b>3.2 Comisión por reparación</b>							
Comisión cobrada por investigación y/o corrección de la transferencia <sup>(R)</sup>						US\$ 25.00	Al cierre de la investigación
<b>3.3 Comisión devolución de fondos al exterior</b>						US\$ 50.00	
<b>3.4 Envío de mensajes swift</b>						US\$ 25.00	

Figura 37. Tarifa de transferencia internacional.

Fuente: Banco Interbank.

Como se puede apreciar en la figura anterior, la comisión por envío de mensaje Swift es de \$25.00.

## 5.5 Elección del régimen de exportación

Be Natural Perú S.A.C., se acogerá al régimen de exportación definitiva ya que es el régimen aduanero que permite la salida de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior. (SUNAT, 2020)

Cabe mencionar que, el producto a exportar supera los US\$ 5,000 del valor FOB es por ello que, se va a requerir los servicios de una agencia de aduana.

Según (SUNAT, 2020) El exportador es la persona natural o jurídica que destina mercancías al régimen aduanero de exportación definitiva.

Para ser exportador, el dueño o consignante debe contar con:

- a. Contar con RUC activo y no tener la condición de no habido.
- b. Documento nacional de identidad (DNI) si es peruano, o carné de extranjería, pasaporte o carné de permiso temporal de permanencia si es extranjero, cuando no está obligado a inscribirse en el RUC, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 3 de la Resolución de Superintendencia N.º 210-2004/SUNAT.

Para efectuar el trámite, el exportador faculta a un agente de aduana a través del mandato, para que en su representación solicite la numeración de la Declaración y realice el despacho. El mandato autoriza al agente de aduana a numerar, rectificar, regularizar o legajar la declaración. El mandato se otorga antes de la numeración de la declaración.

Los documentos que exige SUNAT-ADUANAS para la exportación definitiva son:

- *Declaración Aduanera de Mercancías con Datos Provisionales (DAM 40):* Documento con carácter tipo declaración jurada, la cual es emitida por el agente de aduana, se utiliza para solicitar ante aduanas el despacho de exportación de la mercancía.

- *Documento de transporte:* Es el conocimiento de embarque, carta de porte aéreo o carta de porte terrestre según el medio de transporte empleado, el cual consigna información sobre el flete pagado o por pagar.
- *Factura comercial:* Comprobante que indique transferencia de bienes a un cliente domiciliado en el exterior.
- *Certificado de origen:* Documento que acredita el origen de las mercancías, lo realiza el exportador en el país de origen y es entregado al importador para acceder a las exoneraciones o reducciones arancelarias establecidas en los convenios comerciales.
- *Certificado DIGESA:* Se otorga a solicitud de parte como: Habilitación Sanitaria, inspección del lote y análisis microbiológicos establecidos en la norma sanitaria vigente.
- *Lista de empaque:* También conocido como packing list, es emitido por el exportador y contiene los datos relativos al producto para facilitar su ubicación y manipuleo.

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

Según (SUNAT, 2020) Las etapas del procedimiento de exportación definitiva son las siguientes:

### **i. Numeración de la DAM**

El despachador de aduana de la agencia PML transmitirá electrónicamente la información de los datos provisionales contenidos en la DAM a la Intendencia de Aduana marítima del Callao.

El SIGAD valida los siguientes datos:

- Número de RUC: 20200475954.
- Razón social del exportador: Be Natural Perú S.A.C los cuales se consignan exactamente de acuerdo con su inscripción en la SUNAT.
- Subpartida nacional: 2106.90.71.00
- Código del país de destino final: US - Estados Unidos.
- Código del depósito temporal: 4004 - Dp World Callao S.R.L.
- Nombre y domicilio del exportador: Av. La Marina 3369 – San Miguel, Lima.

De ser conforme el SIGAD genera automáticamente el número correspondiente de la declaración aduanera de mercancías (DAM) para que el despachador de aduana proceda a presentarlo para el ingreso de la mercancía a la Zona Primaria.

#### **ii. Ingreso de la Mercancía a Zona Primaria**

La agencia de aduana PML gestionará con la empresa transporte la emisión de la cita en la fecha y hora acordada para realizar el ingreso de la mercancía ya consolidada en un contenedor al Depósito Temporal de Dp World Callao S.R.L. donde será embarcada para su exportación, ubicado en el puerto del Callao – Muelle Sur, como requisito previo a la selección del canal de control de la DAM.

#### **iii. Transmisión de los datos de la Recepción de la carga por el Depósito Temporal y selección del canal de control**

El Depósito temporal de Dp World Callao S.R.L. deberá transmitir al SIGAD la información de la recepción de las mercancías dentro de las dos (02) horas contadas a partir de la presentación de la DAM; eso quiere decir, que la agencia de aduana PML, luego de haber ingresado el contenedor a la terminal debe de ingresar vía portal DPWC la solicitud de refrendo para la asignación de canal de control; el SIGAD valida y asigna el canal de control rojo (sujeta a reconocimiento físico) o verde (mercancía expedita para su embarque).

#### **iv. Reconocimiento físico**

Al ser la primera exportación de Be Natural Perú S.A.C es más probable que obtenga canal de control rojo. Este reconocimiento físico se efectúa en presencia del despachador de aduana de la agencia PML, el oficial de aduanas y representante del depósito temporal Dp World Callao S.R.L.; en este caso, coordinador de Zona de Aforo. Durante el reconocimiento físico el oficial u especialista de aduanas determinará de forma aleatoria los bultos con mercancías que debe reconocer físicamente, pudiendo extraer muestras para el análisis químico y/o extraer etiquetas que señalen las características del producto, de ser el caso.

Culminado el reconocimiento físico, el oficial u especialista de aduanas designado devuelve al despachador de aduana la DAM debidamente diligenciada,

quedando en su poder la primera copia de la DAM, a fin de proceder con el registro de la diligencia en el SIGAD. El Depósito temporal Dp World Callao S.R.L, deberá verificar en el portal SUNAT clave sol si la DAM cuenta con levante autorizado.

#### **v. Del embarque**

El embarque del producto de filtrantes de hierbas aromáticas se debe efectuar dentro de los treinta (30) días calendario contados a partir del día siguiente de la numeración de la DAM realizada por la agencia de aduana PML.

Dp World Callao S.R.L bajo responsabilidad, antes de la salida de la carga de su recinto transmite la relación de la carga a embarcarse (RCE), consignando el número de la declaración, fecha de numeración, canal de control, el número del contenedor y del precinto. El SIGAD valida dicha información y de ser conforme numera la relación de carga a embarcarse (autorización de embarque) por contenedor.

Dp World Callao S.R.L será responsable de la mercancía hasta su entrega al transportista para su embarque, debiendo verificar previamente el cumplimiento de las formalidades aduaneras.

El transportista verifica el embarque de las mercancías e informa a la Autoridad aduanera con la transmisión del manifiesto de carga; anota en la casilla 14 de la declaración, bajo responsabilidad, la cantidad de bultos efectivamente embarcados, peso bruto total, fecha y hora en que termina el embarque, y la firma y sello correspondiente. Tratándose de mercancías no sujetas a reconocimientos físicos y transportados en contenedores, adicionalmente consigna los números, marcas y precintos que las identifiquen.

#### **vi. Regularización**

La regularización será realizada por el despachador de aduana de la agencia PML dentro de los treinta (30) días calendario contados a partir del día siguiente de la fecha del término del embarque.

El despachador de aduana de la agencia PML confirma electrónicamente la información de la declaración.

El sistema informático valida la información, de ser conforme, en aplicación de técnicas de gestión del riesgo determina si la declaración se da por regularizada o está sujeta a evaluación previa; de ser el caso es asignado automáticamente a un funcionario aduanero, quien verifica la información y de encontrarse conforme registra la aceptación de la regularización en el SIGAD, acción que constituye la regularización del régimen y la culminación del trámite de exportación.

## 5.7 Gestión de las operaciones de exportación: Flujograma

El flujograma de exportación de la mercancía de Be Natural Perú S.A.C es la siguiente:

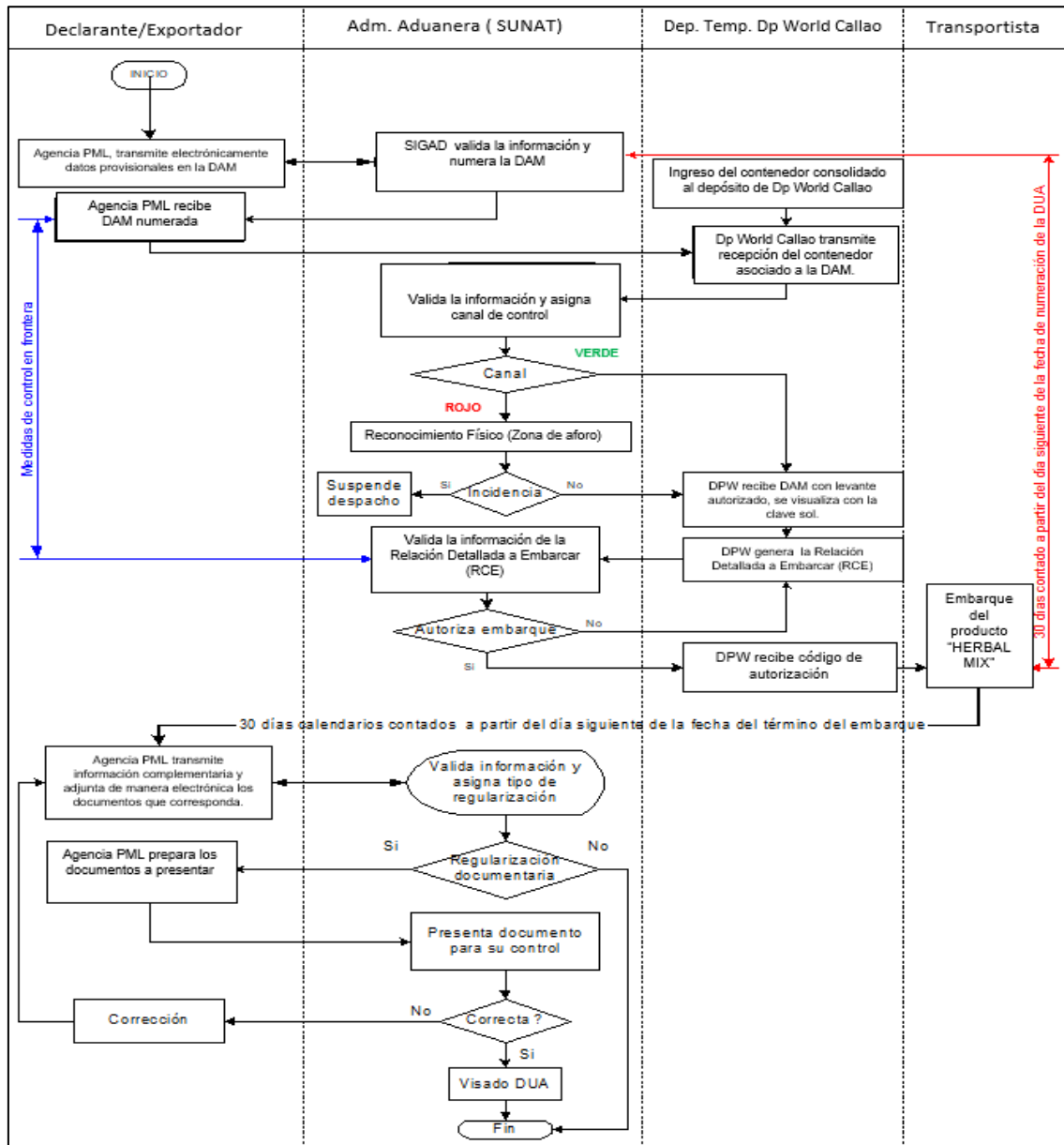


Figura 38. Flujograma de exportación de Be Natural Perú S.A.C  
Fuente: Elaboración propia.

En la Figura N°38, se detalla el flujograma respecto al régimen de exportación definitiva, el cual permitirá de manera resumida poder observar el proceso necesario para llevar a cabo dicho régimen, en el cual se puede apreciar los cuatro actores principales en la exportación: el declarante (Agencia de aduana PML) /exportador (Be Natural Perú S.A.C), el administrador aduanero (SUNAT), depósito temporal (Dp World Callao) y el transportista (CMA-CGM).



### 5.8 Gestión de las operaciones de producción del bien o servicio a ejecutar: Flujograma

Be Natural Perú S.A.C tercerizará servicios; contará con un proveedor AGRO-EXPORT TOPARÁ, quien será el responsable de abastecer mensualmente de hierbas aromáticas a la empresa (matico, manzanilla, hierba luisa, cedrón y boldo). Asimismo, tercerizará el servicio de maquila, PERUVIAN NATURE S & S S.A.C será el responsable del servicio de producción y envasado y por último Cartones Villa Marina S.A. (CARVIMSA) quienes proveerán de cajitas y cajas de cartón para el envase y empaque respectivo.

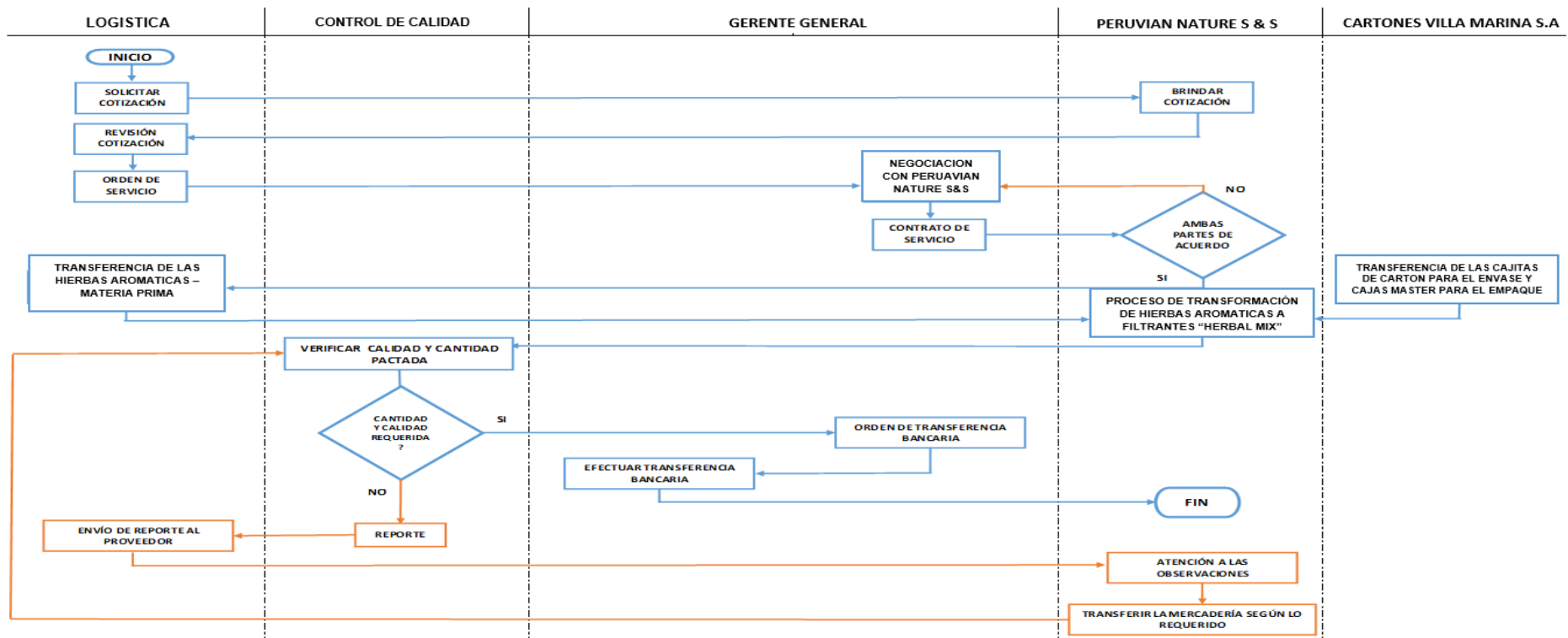
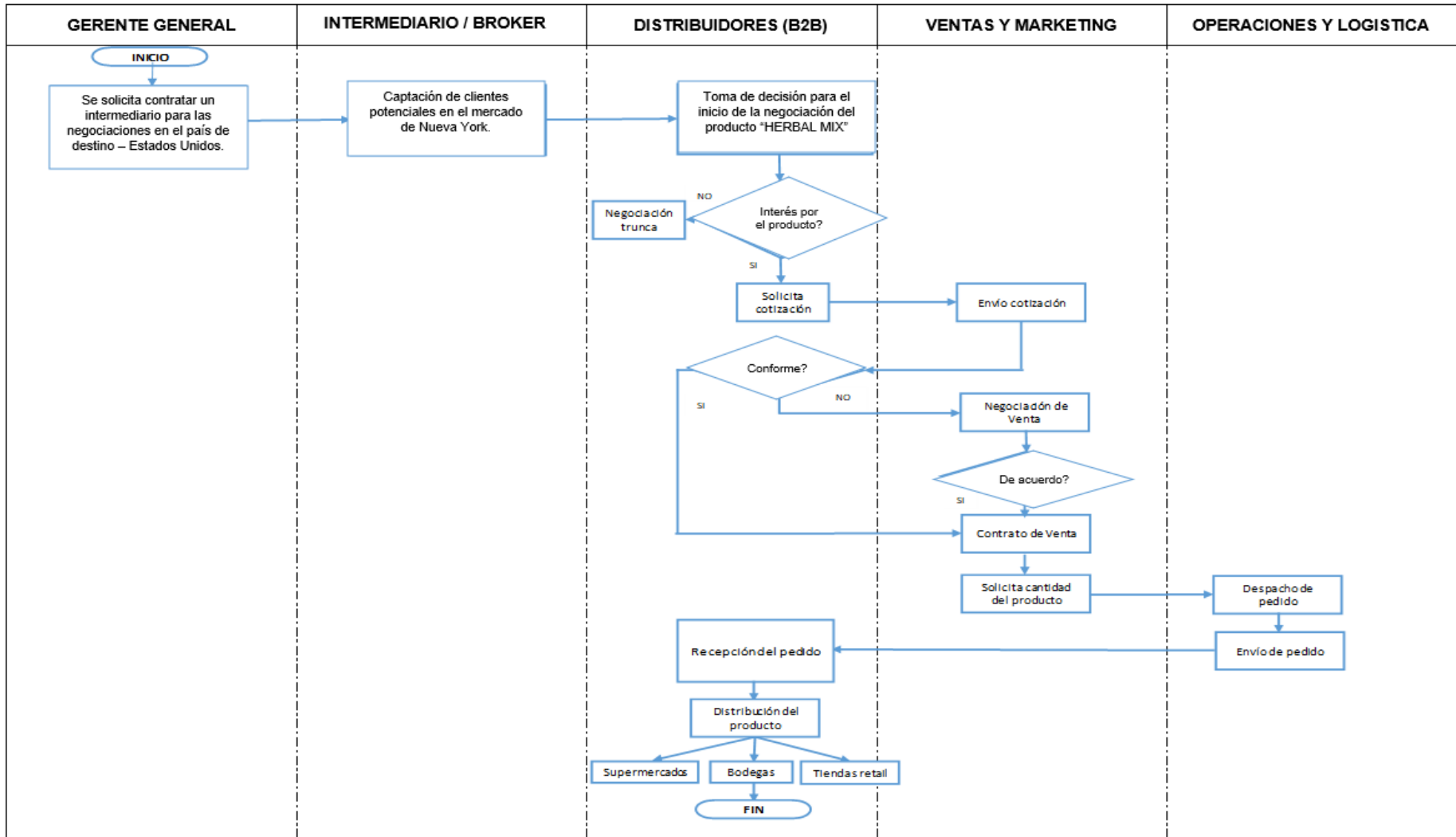


Figura 39. Flujograma de maquila de filtrantes de hierbas aromáticas.  
Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 40. Flujograma de comercialización de filtrantes de hierbas aromáticas.

## 6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

### 6.1 Inversión Fija

La inversión fija de la empresa Be Natural Perú S.A.C. está conformada por todos los activos tangibles (inversiones en materias físicas), activos intangibles (inversiones en materias no físicas).

#### 6.1.1 Activos Tangibles

La empresa Be Natural Perú S.A.C. no realizará inversión en inmuebles, tales como terrenos o construcciones, ya que la actividad de la empresa es la comercialización de los filtrantes aromáticos, por lo cual no se requiere de una planta industrial, sólo de oficinas administrativas y un almacén.

La inversión de los activos tangibles para la implementación de la oficina está constituida por los equipos de cómputo, muebles y enseres.

Tabla 73. Activos tangibles  
(expresado en soles)

Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Computadoras	4	1250	5,000.00
Impresora multifuncional	1	1100	1,100.00
Sillas ergonómicas	4	95	380.00
Escritorios	4	250	1,000.00
Muebles	1	650	650.00
Estantes	1	270	270.00
Mesas de trabajo	1	300	300.00
<b>Total</b>			<b>8,700.00</b>

#### OTROS

Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Extintores	1	110	110.00
Botiquín	1	90	90.00
Ventiladores	2	100	200.00
Microondas	1	330	330.00
<b>Total</b>			<b>730.00</b>

<b>Total inversión fija tangible</b>	<b>9,430.00</b>
--------------------------------------	-----------------

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar, en la Tabla N°73, se denota la inversión en la cual la empresa debe incurrir para sus bienes tangibles, la cantidad de cada activo está en relación con el tamaño de la empresa, personal de trabajo y de acuerdo con la actividad comercial de la empresa. El total de estos costos es S/9,430.00 soles.

Es correcto decir que, estos bienes generan beneficios económicos para la empresa; sin embargo, van depreciándose con el pasar de los años. A continuación, Be Natural Perú S.A.C. muestra cómo se dará la depreciación de estos activos con el pasar de los próximos cinco años.

Tabla 74. Depreciación de activos tangibles.  
(expresado en soles)

Detalle	Valor de compra	% de depreciación	2021	2022	2023	2024	2025
Computadoras	5,000.00	25%	1,250.00	1,250.00	1,250.00	1,250.00	0.00
Impresora Multifuncional	1,100.00	25%	275.00	275.00	275.00	275.00	0.00
Muebles y enseres	2,600.00	10%	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00
<b>Total</b>			<b>1,785.00</b>	<b>1,785.00</b>	<b>1,785.00</b>	<b>1,785.00</b>	<b>260.00</b>

Detalle	Valor de compra	Depreciación acumulada	valor residual
Computadoras	5,000.00	5,000.00	0.00
Impresora Multifuncional	1,100.00	1,100.00	0.00
Muebles y enseres	2,600.00	1,300.00	1,300.00
<b>Total</b>		<b>7,400.00</b>	<b>1,300.00</b>

Fuente: Elaboración propia en base a SUNAT.

En la Tabla N°74, se detalla los activos como computadoras e impresora multifuncional por ser equipos de procesamiento de datos tienen una tasa anual de depreciación del 25%, mientras que los muebles y enseres tienen una tasa del 10%. El total del valor residual es de S/ 1,300.00.

### 6.1.2 Activos Intangibles

Los activos intangibles son los bienes abstractos que se encuentran dentro de la empresa y que se requieren necesarios para llevar a cabo el inicio de las actividades. Estos están conformados por la constitución de la empresa, registro de la marca ante INDECOPI, desarrollo de la página web, certificado de DIGESA,

análisis de mercado, inscripción para la licencia de funcionamiento e inspección de defensa civil y legalización de los libros contables.

A continuación, se detalla los activos intangibles de la empresa Be Natural Perú S.A.C.

Tabla 75. Activos intangibles.  
(expresado en soles)

<b>*ELABORACION DEL PLAN DE NEGOCIO</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Elaboración del Plan de Negocio	1	5,100.00	5,100.00
			<b>5,100.00</b>
<b>*CONSTITUCIÓN</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Constitución de la empresa	1.00	809.24	809.24
Licencia de funcionamiento	1.00	242.60	242.60
Inspección de defensa civil	1.00	50.00	50.00
Legalización de libros contables	2.00	30.00	60.00
			<b>1161.84</b>
<b>*REGISTROS</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Registro de marca ante INDECOPI	1	597.70	597.70
			<b>597.70</b>
<b>*PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Desarrollo de web	1	750.00	750.00
			<b>750.00</b>
Certificado DIGESA	1	86.00	86.00
			<b>7,695.54</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE</b>			<b>7,695.54</b>

Fuente: Elaboración propia.

Como se detalla en la Tabla N°75, los bienes expresados anteriormente son imprescindibles para el funcionamiento de la empresa; sin embargo, están sujetas a amortización. En el siguiente cuadro Be Natural Perú S.A.C. muestra la forma en el que se amortizan los bienes de acuerdo con la tasa anual establecida por la SUNAT.

Tabla 76. Amortización de activos intangibles.  
(expresado en soles)

Detalle	Valor de compra	% de Amortización	2021	2022	2023	2024	2025
Diseño de página web	750.00	20%	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
Registro de la Marca ante INDECOPI	597.70	20%	119.54	119.54	119.54	119.54	119.54
Constitución de empresa	809.24	20%	161.85	161.85	161.85	161.85	161.85
Licencia de funcionamiento	242.60	20%	48.52	48.52	48.52	48.52	48.52
Inspección de defensa civil	50.00	20%	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00
Legalización de libros contables	60.00	20%	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00
Elaboración del Plan de Negocio	5,100.00	20%	1,020.00	1,020.00	1,020.00	1,020.00	1,020.00
Certificado DIGESA	86.00	20%	17.20	17.20	17.20	17.20	17.20
<b>Amortización intangibles</b>	<b>7,695.54</b>	<b>20%</b>	<b>1,539.11</b>	<b>1,539.11</b>	<b>1,539.11</b>	<b>1,539.11</b>	<b>1,539.11</b>

Fuente: Elaboración propia.

Como se muestra en la tabla anterior, el total de activos intangibles se amortizan en una tasa del 20% anual según lo establecido por la SUNAT. Eso quiere decir que, dentro del periodo de cinco años los bienes se amortizan en S/ 1539.11 por año.

## 6.2 Capital de trabajo

El capital de trabajo es la capacidad que cuenta la empresa para llevar a cabo sus actividades hasta que obtenga los ingresos suficientes para poder cubrir los costos y gastos de la primera exportación.

A continuación, se muestran todos los costos que se incurrirán como capital de trabajo por un ciclo operativo de 3 meses.

Tabla 77. Capital de trabajo.  
(expresado en soles)

<b>Capital de trabajo en soles</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo trimestral</b>
Valor actual de capital de trabajo		57,368	102,409
Capital de trabajo		49,368	94,409
Caja		8,000	8,000
<b>Costo de producto tercerizado</b>		<b>10,588.72</b>	<b>31,766.16</b>
Costo de producto tercerizado	0.50	2,880	8,640
Materia Prima hierba luisa	0.04	1,152	3,456
Materia Prima manzanilla	0.04	1,152	3,456
Materia Prima hierba cedrón	0.04	1,152	3,456
Materia Prima hierba boldo	0.04	1,152	3,456
Materia Prima hierba matico	0.04	1,152	3,456
Transporte de materia prima de (kilogramos)	1.20	691	2,074
Transporte del maquilador hacia almacén (kilogramos)	0.65	274	821
Envases	0.15	864	2,592
Cajas de cartón corrugado	0.50	80	240
Embalaje	20.00	40	120
<b>Gasto de personal</b>		<b>5,830.00</b>	<b>17,490.00</b>
Gerente General	2,400	2,400	7,200
Asistente de logística	1,250	1,250	3,750
Asistente de marketing	1,250	1,250	3,750
Auxiliar de almacén	930	930	2,790
<b>Materiales indirectos</b>		<b>73.50</b>	<b>125.50</b>
Recogedor	6.00	6.00	6.00
Escoba	12.00	12.00	12.00
Jabón líquido	5.50	11.00	11.00
Lejía (galón)	9.50	9.50	9.50
Paños (Paquetes)	9.00	9.00	9.00
Desinfectante	10.00	10.00	30.00
Papel Higiénico rollo x4	16.00	16.00	48.00
<b>Gastos fijos</b>		<b>1,250.00</b>	<b>3,750.00</b>
Pago de alquiler de local	1,000	1000.00	3,000
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	250	250.00	750
<b>Costo de exportación</b>		<b>2,395.59</b>	<b>7,186.76</b>
Transporte del almacén hacia el puerto	300	300	900
Seguro de carga	331	331	994
Certificado de origen	40	40	120
Emisión BL	54	54	162
Derecho de embarque	133	133	399
Servicio de tarja	50	50	150
Transmisión de aduana	75	75	225
Visto bueno portuario	400	400	1,200
Aforo físico	144	144	431
Servicios adicionales	456	456	1,368
Agenciamiento de aduanas	323	323	969
Comisión transferencia bancaria	90	90	269
<b>Gastos administrativos</b>		<b>1,014.00</b>	<b>2,874.00</b>
Hojas bond	14	14.00	14.00

archivadores	6	24.00	24.00
Lapiceros ( cajas)	8	8.00	8.00
Lápices ( cajas)	7	7.00	7.00
Perforador	4	12.00	12.00
Engrapador	5	15.00	15.00
Grapas	2	4.00	4.00
Contador	250	250.00	750.00
Control de calidad	680	680.00	2,040.00
<b>Gastos de ventas</b>		<b>28,216.40</b>	<b>28,216.40</b>
Página web	500	500	
Espacio en la feria (Stand)	10052	10052	
Pasajes a EEUU	2334	2334	
Hospedaje	754	754	
Decoración del Stand	2000	2000	
Movilidad	539	539	
Alimentación	539	539	
Merchandising (folletos, tarjetas, regalos) + Muestras	2500	2500	
Google AdWords	1800	1800	
Agente comercial en destino	6000	6000	
Rueda de negocio	1200	1200	
<b>Exigible</b>		<b>3000</b>	<b>3000</b>
Garantía de local	1000	3000	

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla N°77, se muestra los gastos que incurrirá como capital de trabajo la empresa Be Natural Perú S.A.C. teniendo como monto mensual un valor de S/. 57,368.00 y como monto trimestral un valor de S/. 102,409.00.

### 6.3 Inversión total

La inversión total es la suma de valor de todos los activos que Be Natural Perú S.A.C. utilizará para iniciar las actividades de la empresa. Esta inversión puede ser con aporte propio, a través de un préstamo bancario y/o se puede optar por una mezcla de ambas.

Tabla 78. Inversión total.  
(expresado en soles)

Inversiones	Monto
<b>1)Inversión Fija</b>	<b>17,125.54</b>
<b>Inversión Fija Tangible</b>	<b>9,430.00</b>
Computadora	5,000.00
Impresora	1,100.00
Sillas giratorias	380.00
Escritorios	1,000.00
Muebles	650.00
Estantes	270.00



mesas	300.00
Extintores	110.00
Botiquín	90.00
Ventiladores	200.00
Microondas	330.00
<b>Inversión Fija Intangible</b>	<b>7,695.54</b>
Elaboración del Plan de Negocio	5,100.00
Constitución de la empresa	809.24
Licencia de funcionamiento	242.60
Inspección de defensa civil	50.00
Legalización de libros contables	60.00
Registro de marca ante INDECOPI	597.70
Desarrollo de web / dominio / hosting	750.00
Certificado DIGESA	86.00
<b>2) Capital de Trabajo</b>	<b>102,408.82</b>
<b>Inversión Total</b>	<b>119,534.36</b>

Fuente: Elaboración propia.

Tal como se observa en la Tabla N°78, se detalla inversión total que se requiere para la comercialización de filtrantes aromáticos, dichos montos están expresados en soles. La inversión para los activos tangibles es de S/. 9,430.00; la inversión para los activos intangibles es de S/. 7,695.54 y el capital de trabajo es de S/. 102,408.82. Por consiguiente, se puede afirmar que la inversión total que se requiere es de S/. 119,534.36 nuevos soles.

Se puede afirmar que, el mayor porcentaje está representado por el capital de trabajo que abarca un 85.67% del total, asimismo activos tangibles representan el 7.89% del total y los activos intangibles representan el 6.44% del total.

#### 6.4 Estructura de inversión y financiamiento

Tabla 79. Estructura de la inversión.  
(expresado en soles)

<b>Inversión Total</b>	
<b>Inversión tangible</b>	9,430.00
<b>Inversión intangible</b>	7,695.54
<b>Capital de trabajo</b>	102,408.82
<b>Total</b>	<b>119,534.36</b>

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla N°79, se detalla la inversión total que necesita Be Natural Perú S.A.C. para poder asumir sus egresos frente a los ingresos. El monto total es de S/. 119,534.36.

Tabla 80. Aporte de los accionistas.  
(expresado en soles)

Nombre del Accionista	Capital	Valor nominal	Acciones	%
Primer accionista	48,530.95	10.00	4,853	<b>70%</b>
Segundo accionista	11,092.79	10.00	1,109	<b>16%</b>
Tercer accionista	9,706.19	10.00	971	<b>14%</b>
<b>Total aporte propio</b>	<b>69,329.93</b>		<b>6,933</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla N°80, se detalla el aporte que cada uno de los tres accionistas realizará. El primer accionista contará con una participación del 70% que equivale a 4853 acciones, el segundo accionista contará con el 16% que equivale a 1109 acciones y el tercer accionista contará con el 14% que equivale a 971 acciones.

Tabla 81. Estructura de financiamiento.  
(expresado en soles)

Detalle	Estructura de financiamiento	Inversión
Inversión Total	<b>100.00%</b>	119,534.36
Capital Propio (accionistas)	<b>58.00%</b>	69,329.93
Capital de Terceros (financiamiento)	<b>42.00%</b>	50,204.43

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla N°81, se detalla el aporte de capital propio que es de S/. 69,329.93 soles que comprende el 58% del total de la inversión y el financiamiento a través de un préstamo bancario abarca el 42% restante con un valor de S/. 50,204.43. Cabe mencionar que, con la aprobación del préstamo se podrá iniciar las actividades de la empresa.

Tabla 82. Estructura de Financiamiento CMCP Lima.  
(expresado en soles)

<b>PRÉSTAMO</b>	
Monto Total	50,204.43
N° Cuotas	36
Tasa (TCEM)	2.26%
Cuotas mensuales	2,052.87

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla N°82, la empresa Be Natural Perú S.A.C. cuenta con las condiciones de crédito en la cual la Caja Metropolitana de Lima detalla que por un préstamo de S/. 50,204.43 soles, el tiempo del financiamiento es de 36 meses lo que equivale a tres años, teniendo un costo de tasa de interés mensual de 2.26%, lo cual equivale a una TCEA de 30.76% anual.

Tabla 83. Cuadro de amortización de deuda.  
(expresado en soles)

Numero de cuota	Valor de la Cuota	Intereses	Capital	Saldo	beneficio tributario	Servicio de deuda
				50,204.43		
1	2,052.87	1,134.67	918.20	49,286.23	17.02	2,035.85
2	2,052.87	1,113.92	938.95	48,347.28	16.71	2,036.17
3	2,052.87	1,092.70	960.17	47,387.10	16.39	2,036.48
4	2,052.87	1,071.00	981.88	46,405.23	16.06	2,036.81
5	2,052.87	1,048.81	1,004.07	45,401.16	15.73	2,037.14
6	2,052.87	1,026.11	1,026.76	44,374.40	15.39	2,037.48
7	2,052.87	1,002.91	1,049.97	43,324.43	15.04	2,037.83
8	2,052.87	979.18	1,073.70	42,250.74	14.69	2,038.19
9	2,052.87	954.91	1,097.96	41,152.77	14.32	2,038.55
10	2,052.87	930.10	1,122.78	40,030.00	13.95	2,038.92
11	2,052.87	904.72	1,148.15	38,881.84	13.57	2,039.30
12	2,052.87	878.77	1,174.10	37,707.74	13.18	2,039.69
13	2,052.87	852.24	1,200.64	36,507.10	12.78	2,040.09
14	2,052.87	825.10	1,227.78	35,279.32	12.38	2,040.50
15	2,052.87	797.35	1,255.52	34,023.80	11.96	2,040.91
16	2,052.87	768.97	1,283.90	32,739.90	11.53	2,041.34
17	2,052.87	739.96	1,312.92	31,426.98	11.10	2,041.78
18	2,052.87	710.28	1,342.59	30,084.39	10.65	2,042.22
19	2,052.87	679.94	1,372.94	28,711.46	10.20	2,042.68
20	2,052.87	648.91	1,403.97	27,307.49	9.73	2,043.14
21	2,052.87	617.18	1,435.70	25,871.79	9.26	2,043.62
22	2,052.87	584.73	1,468.14	24,403.65	8.77	2,044.10
23	2,052.87	551.55	1,501.33	22,902.32	8.27	2,044.60
24	2,052.87	517.62	1,535.26	21,367.07	7.76	2,045.11
25	2,052.87	482.92	1,569.96	19,797.11	7.24	2,045.63
26	2,052.87	447.44	1,605.44	18,191.67	6.71	2,046.16
27	2,052.87	411.15	1,641.72	16,549.95	6.17	2,046.71
28	2,052.87	374.05	1,678.83	14,871.12	5.61	2,047.26
29	2,052.87	336.10	1,716.77	13,154.35	5.04	2,047.83
30	2,052.87	297.30	1,755.57	11,398.77	4.46	2,048.42
31	2,052.87	257.62	1,795.25	9,603.52	3.86	2,049.01
32	2,052.87	217.05	1,835.82	7,767.70	3.26	2,049.62

<b>33</b>	2,052.87	175.56	1,877.32	5,890.38	2.63	2,050.24
<b>34</b>	2,052.87	133.13	1,919.75	3,970.64	2.00	2,050.88
<b>35</b>	2,052.87	89.74	1,963.13	2,007.50	1.35	2,051.53
<b>36</b>	2,052.87	45.37	2,007.50	-	0.00	2,052.19

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla N°83, se ha calculado el cuadro de amortización de deuda del préstamo que la Caja Metropolitana de Lima estaría otorgando a la empresa, está constituida por el saldo, el cual corresponde al préstamo que se solicitará e irá disminuyendo mientras se vaya a amortizando la deuda; luego se tiene el valor de la cuota que es constante a lo largo del periodo por ser el método de pago francés. Se tiene la amortización, el cual se calcula de la diferencia de la renta menos el interés. Así mismo para calcular el beneficio tributario se multiplica el interés por el 1.5% del impuesto a la renta, por lo cual se aprovecha el escudo fiscal que esto nos otorgaría.

## 6.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito

Para la selección de la fuente de financiamiento se tomó en cuenta las cajas municipales que se encuentran en la base de datos de la SBS, a continuación, se detalla:

Tabla 84. Tasa de interés promedio anual del sistema de cajas municipales.

<b>Moneda Nacional</b>	<b>Entidad Financiera</b>	<b>Tasa efectiva anual (%)</b>
<b>Soles</b>	CMAC Arequipa	Min 27.00% Max 36.00%
<b>Soles</b>	CMAC Cusco	Min 24.00% Max 44.98%
<b>Soles</b>	CMAC Huancayo	Min 30.00% Max 38.00%
<b>Soles</b>	CMAC Piura	Min 25.99% Max 44.42%
<b>Soles</b>	CMCP Lima	Min 22.50% Max 32.00%

Fuente: Elaboración propia según la (SBS, 2020).

En la Tabla N°84, se puede observar las tasas que cada caja municipal ofrece a los clientes que deseen acceder un crédito. Para ello se ha analizado, tomando en cuenta a las principales entidades financieras (cajas municipales) que operan en el Perú, y de acuerdo con ello se ha verificado que la tasa efectiva anual oscila entre el 22.50% hasta el 44.98% según la entidad financiera.

(Banco Interamericano de Desarrollo, 2018) expresa que, la capacidad del sector microempresa para desempeñarse en forma efectiva ha sido limitada, principalmente por el escaso acceso a los servicios financieros. Normalmente, las entidades bancarias en Perú se han mostrado renuente a realizar operaciones con la microempresa, porque considera que dichas actividades son percibidas como extremadamente riesgosas y de alto costo.

En este contexto, han aparecido las Cajas Municipales que son instituciones financieras formales y reguladas con personería jurídica propia de derecho público y con autonomía económica, financiera y administrativa. Las cajas municipales en cierta forma se han convertido en alternativas exitosas frente al sistema financiero formal, ya que su énfasis está en el apoyo a la microempresa y a su desarrollo masivo. (Banco Interamericano de Desarrollo, 2018)

De acuerdo con las facilidades y flexibilidad, Be Natural Perú S.A.C. decidió optar por una caja municipal “CMCP Lima” para solicitar el préstamo para la inversión ya que al ser una empresa que recién inicia operaciones y al no contar con capacidad crediticia es muy difícil que una entidad bancaria pueda otorgar un préstamo bancario.

La CMCP Lima financiará el 42% de la inversión total, lo cual asciende a S/. 50,204.43 que según la evaluación realizada se obtuvo una TCEA de 30.76% anual.

Los requisitos que la (CMCP Lima, 2020) solicita para obtener el financiamiento son las siguientes:

- ✓ Copia de Escritura de Constitución de la empresa y modificación de estatutos si las hubiera.
- ✓ Original de Vigencia de Poder del (los) Representante (s) Legal (es) con una antigüedad máxima de quince (15) días a la fecha de desembolso, que deberá ser visada por el Administrador de la Agencia.
- ✓ Copia DNI vigente del representante legal o ticket en trámite de RENIEC sólo si en la web de RENIEC se visualice la firma vigente para lo cual deberá adjuntar la impresión.
- ✓ Si cuentas con historial crediticio en el sistema financiero deberás presentar una calificación 100% Normal, durante los últimos seis (06) meses.
- ✓ Los locales comerciales pueden ser propios o alquilados.

- ✓ En caso resida en vivienda alquilada o en condición de alojado, deberá demostrar permanencia en el domicilio como mínimo 12 meses, caso contrario, deberá contar con un garante con casa propia.
- ✓ Documentos que prueben la antigüedad de la actividad económica del negocio, los cuales pueden ser: documentos de compra, documentos de ventas, cuadernos, libreta, constancia de conducción del puesto, contrato de alquiler de local, Copia de RUC o impresión de página SUNAT.

## 6.6 Presupuestos de costos

Be Natural Perú S.A.C considera en el presupuesto de costos los siguientes elementos que forman parte de la estructura del flujo de caja: Costos Directos (costo de producto tercerizado y costos de exportación), Costos Indirectos (materiales indirectos, gasto de personal, gastos fijos, gastos administrativos, gastos de ventas).

### Costos directos

Dentro de los costos directos, se va a detallar todo costo que interviene de manera directa con el producto que se va a comercializar. En este caso el producto a vender son los filtrantes de hierbas aromáticas.

Tabla 85. Costo de Producto tercerizado (filtrantes de hierbas aromáticas).  
(expresado en soles)

Producto	Costos	Cantidad	Costo por envío	Costo anual
Costo de producto tercerizado	0.50	5,760.00	2,880.00	34,560.00
Materia Prima hierba luisa	0.04	28,800.00	1,152.00	13,824.00
Materia Prima manzanilla	0.04	28,800.00	1,152.00	13,824.00
Materia Prima hierba cedrón	0.04	28,800.00	1,152.00	13,824.00
Materia Prima hierba boldo	0.04	28,800.00	1,152.00	13,824.00
Materia Prima hierba matico	0.04	28,800.00	1,152.00	13,824.00
Transporte de materia prima de (kilogramos)	1.20	576.00	691.20	8,294.40
Transporte del maquilador hacia almacén (kilogramos)	0.65	420.80	273.52	3,282.24
Envases	0.15	5,760.00	864.00	10,368.00
Cajas de cartón corrugado	0.50	160.00	80.00	960.00
Embalaje	20.00	2.00	40.00	480.00
<b>Total</b>			<b>10,588.72</b>	<b>127,064.64</b>

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla N°85, se detalla el costo de producción que será tercerizada, la cual se tiene como valor por envío un total de S/. 10,588.72 y de manera anual un total de S/. 127,064.64.

Tabla 86. Costos de exportación.  
(expresado en soles)

DETALLE	V. UNITARIO	COSTO MENSUAL	V. TOTAL ANUAL
Transporte del almacén hacia el puerto	300.00	300.00	3600.00
Seguro de carga	331.36	331.36	3976.28
Certificado de origen	40.00	40.00	480.00
Emisión BL	53.85	53.85	646.20
Derecho de embarque	133.00	133.00	1596.00
Servicio de tarja	50.00	50.00	600.00
Transmisión de aduana	75.00	75.00	900.00
Visto bueno portuario	400.00	400.00	4800.00
Aforo físico	143.60	143.60	1723.20
Servicios adicionales	455.93	455.93	5471.16
Agenciamiento de aduanas	323.10	323.10	3877.20
Comisión transferencia bancaria	89.75	89.75	1077.00
<b>Total</b>		<b>2395.59</b>	<b>28747.04</b>

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla N°86, se detallan los costos de exportación la cual se tiene como costo mensual un total de S/. 2395.59 y de manera anual un total de S/. 28747.04.

### Costos indirectos

Dentro de los costos indirectos, se va a detallar todo costo en los que la empresa incurre durante el ejercicio de su actividad.

Tabla 87. Materiales indirectos.  
(expresado en soles)

Detalle	Cantidad	V. Unitario	Costo mensual	V. Total anual
Recogedor	1	6	6.00	6.00
Escoba	1	12	12.00	12.00
Jabón líquido antibacterial	2	5.5	11.00	66.00
Lejía (galón)	1	9.5	9.50	57.00
Paños (Paquetes)	1	9	9.00	18.00
Desinfectante	1	10	10.00	120.00
Papel Higiénico rollo x8	1	16	16.00	192.00
<b>Total</b>			<b>73.50</b>	<b>471.00</b>

Fuente: Elaboración propia.

En Tabla N°87, se puede observar todos los materiales indirectos de la empresa Be Natural Perú S.A.C. Estos materiales de limpieza y aseo personal serán utilizados por los colaboradores de la empresa alcanzando un valor total anual de S/. 471.00.

Tabla 88. Gastos de personal.  
(expresado en soles)

Detalle	N° de empleados	Pago mensual	Sub total	Vacaciones	Pago anual	SIS	Total anual
Gerente General	1	2400	27600	1200	28800	180	28980
Asistente de logística	1	1250	14375	625	15000	180	15180
Asistente de marketing	1	1250	14375	625	15000	180	15180
Auxiliar de almacén	1	930	10695	465	11160	180	11340
<b>Total</b>	<b>4</b>						<b>70680</b>

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla N°88, se detalla la remuneración que se le asignará a cada colaborador de la empresa como también sus beneficios. De acuerdo con el Régimen Laboral Especial de la Microempresa, los trabajadores no tendrán beneficios como CTS y gratificación, pero gozarán de un sueldo mensual, seguro Essalud y quince días de vacaciones. El valor total anual en gasto de personal que tendrá la empresa es de S/. 70,680.00.

Tabla 89. Gastos fijos.  
(expresado en soles)

DETALLE	Mensual	Total Anual
Pago de alquiler de local	1000.00	12000.00
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	250.00	3000.00
<b>Total</b>	<b>1250</b>	<b>15000</b>

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en la Tabla N°89, los gastos fijos que la empresa Be Natural Perú S.A.C. deberá pagar de manera mensual así no hayan generado ventas son: el pago de alquiler de local y los servicios como luz, agua, teléfono e internet que tiene como valor anual S/. 15,000.00.



Tabla 90. Gastos administrativos.  
(expresado en soles)

DETALLE	V. UNITARIO	Cantidad	Costo mensual	V. TOTAL ANUAL
Hojas bond	14	1	14.00	56.00
archivadores	6	4	24.00	72.00
Lapiceros (cajas)	8	1	8.00	16.00
Lápices (cajas)	7	1	7.00	7.00
Perforador	4	3	12.00	12.00
Engrampador	5	3	15.00	15.00
Grapas	2	2	4.00	12.00
Contador	250	1	250.00	3000.00
Control de calidad	680	1	680.00	8160.00
<b>Total</b>				<b>11350.00</b>

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla N°90, se detalla los materiales que se usarán dentro de la oficina para un correcto y eficiente trabajo de los colaboradores. Algunos materiales de oficina la compra será una vez al año y hasta cuatro veces al año. Resaltar que, se ha incluido al contador y al supervisor de control de calidad en gasto administrativo ya que tercerizaremos el servicio y será pagado por medio de recibo por honorarios cada vez que desempeñe actividades con la empresa. El valor total anual es de S/. 11,350.00.

Tabla 91. Gasto de ventas.  
(expresado en soles)

DETALLE	V. TOTAL ANUAL
Página web (dominio hosting)	500.00
Espacio en la feria (Stand)	10052.00
Pasajes a EE. UU.	2333.50
Hospedaje	753.90
Decoración del Stand	2000.00
Movilidad	538.50
Alimentación	538.50
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	2500.00
Google AdWords	1800.00
Agente comercial en destino	6000.00
Rueda de negocio	1200.00
<b>Total</b>	<b>28216.40</b>

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla N°91, en este ítem se concentra una gran inversión ya que uno de los objetivos es generar ventas y la única forma de lograrlo es invirtiendo, es por ello que, el valor total anual es de S/. 28,216.40.

## 6.7 Punto de equilibrio

Tabla 92. Costos fijos.  
(expresado en soles)

Gastos de personal	70,680.00
Materiales indirectos	471.00
Gastos fijos	15,000.00
Gastos administrativos	11,350.00
Gasto de ventas	28,216.40
<b>Costo fijo Total</b>	<b>125,717.40</b>

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla N°92, los costos fijos que Be Natural Perú S.A.C. debe pagar muy independiente de que se realicen ventas son: gastos de personal, materiales indirectos, gastos fijos, gastos administrativos y gastos de ventas, obteniendo un monto total anual de S/. 125,717.40.

Tabla 93. Costos variables.  
(expresado en soles)

Costo de producto tercerizado	127,064.64
Costo de exportación	28,747.04
<b>Costo variable total</b>	<b>155,811.68</b>

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla N°93, se detallan los costos incurridos en la producción tercerizada de los filtrantes aromáticos más los costos que se efectúan para llevar a cabo la exportación del producto terminado, obteniendo un monto total anual de S/. 155,811.68.

Tabla 94. Costos totales.  
(expresado en soles)

<b>Costo Fijo</b>	<b>Costo variable</b>	<b>Costo Total</b>
125,717.40	155,811.68	281,529.08

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla N°94, se muestra el costo total que es la suma del costo variable y el costo fijo. El costo total anual es de S/. 281,529.08.

Tabla 95. Estructura de precio.  
(expresado en soles)

CVU	2.25
CFU	1.82
<b>Costo unitario</b>	<b>4.07</b>
Margen de ganancia	15.00%
<b>Valor de venta</b>	<b>4.79</b>
IGV	0.00
<b>Precio de venta FOB</b>	<b>4.79</b>
Punto de equilibrio (En cantidad)	49,542
Punto de equilibrio (En dinero)	237,395.57

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla N°95, se verifica la estructura del precio como es el costo unitario, el precio de venta y el punto de equilibrio en dinero y en cantidad. Se tiene como resultado que el precio FOB unitario es \$ 1.33, tomando en cuenta el T/C 3.59.

**Se tiene la siguiente Fórmula: Punto de Equilibrio**

<b>Q</b>	=	Cantidad en unidades
<b>Pv</b>	=	Precio de venta por unidad
<b>Cvu</b>	=	Costo variable por unidad
<b>CF</b>	=	Costo fijo total

$$Q = \frac{CF}{P - CVu}$$

<b>Cantidad =</b>	69120
<b>Costo Variable por unidad =</b>	2.25
<b>Precio=</b>	4.79
<b>Costo Fijo Total</b>	125,717.40

**Desarrollo:**

$$\frac{125,717.40}{(4.79 - 2.25)} = 49,542 \text{ filtrantes de hierbas aromáticas.}$$

El punto de equilibrio en cantidades que la empresa Be Natural Perú S.A.C. deberá comercializar es 49,542 para poder cubrir los costos fijos anuales. Sobre esta cantidad mínima a producir, Be Natural Perú S.A.C. podrá generar utilidades y esto representará ganancia para la empresa.

## 6.8 Tributación de la exportación

Una exportación es un régimen aduanero que permite la salida de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior; es por ello que, no están afectos al Impuesto General a las Ventas (IGV).

## 6.9 Presupuesto de ingresos

Tabla 96. Ventas en los próximos años.  
(expresado en soles)

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas en valor	331,210.69	341,147.01	354,792.89	372,532.53	394,884.48
<b>Tasa de crecimiento</b>	-	<b>3%</b>	<b>4%</b>	<b>5%</b>	<b>6%</b>

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con lo que se muestra en la Tabla N°96, las ventas en un rango de cinco años van incrementando considerablemente con una tasa de crecimiento de 3% ,4% ,5% y 6% respectivamente. Las ventas en el primer año tienen como precio de venta S/. 4.79 que en dólares sería \$ 1.33, tomando en cuenta el T/C 3.59, por cada cajita de filtrantes de hierbas aromáticas que se espera vender en el primer año, el cual es de 69,120 unidades.

Tabla 97. Saldo a favor del exportador.  
(expresado en soles)

Detalle	0	2021	2022	2023	2024	2025
Costo de compra de producto		127,064.64	130,877.64	136,113.82	142,920.61	151,496.95
Gastos administrativos		190.00	201.04	216.76	238.15	266.62
Gasto de ventas		5,333.50	5,526.84	5,778.18	6,094.87	6,486.51
Materiales indirectos		471.00	498.36	537.33	590.35	660.93
<b>Total</b>		<b>133,059.14</b>	<b>137,103.87</b>	<b>142,646.09</b>	<b>149,843.98</b>	<b>158,911.01</b>
Base imponible de las compras		112,761.98	116,189.72	120,886.52	126,986.43	134,670.35
IGV de Ventas 18%		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
IGV Compras 18%		20,297.16	20,914.15	21,759.57	22,857.56	24,240.66
IGV compras de inversiones	2,612.37	20,297.16				
<b>Devolución del IGV</b>		<b>22,909.53</b>	<b>20,914.15</b>	<b>21,759.57</b>	<b>22,857.56</b>	<b>24,240.66</b>

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla N°97, el crédito fiscal es la diferencia del IGV de ventas menos el IGV de compras, pero al tratarse de una exportación, se exonera del pago de IGV de ventas. Por lo tanto, la diferencia del IGV de ventas menos el IGV de compras es el saldo a favor del exportador. La devolución del IGV de compras se considera dentro de los ingresos en el flujo de caja económico.

## 6.10 Presupuesto de egresos

El presupuesto de egresos estará en función del promedio de la tasa de inflación, así como en función al promedio de la tendencia de ventas o tendencia de la demanda.

Tasa de inflación 2019 según BCR	1.90%
----------------------------------	-------

$$FAI n = (1 + \text{Tasa de inflación 2019})^n$$

Tabla 98. Tasa de inflación de los próximos cinco años.

<b>FAI 2020 =</b>	1.02
<b>FAI 2021 =</b>	1.04
<b>FAI 2022 =</b>	1.06
<b>FAI 2023 =</b>	1.08
<b>FAI 2024 =</b>	1.10
<b>FAI 2025 =</b>	1.12

Fuente: BCR.

En la Tabla N°98, se puede verificar que se ha obtenido la proyección de la tasa de inflación para los próximos cinco años, esta tasa servirá como referencia para lograr proyectar los costos.

## Costos Variables

Tabla 99. Costos variables.  
(expresado en soles)

DETALLE	2021	2022	2023	2024	2025
Costo de producto	127,064.64	130,877.64	136,113.82	142,920.61	151,496.95
Costos de Exportación	28,747.04	29,609.46	30,793.83	32,333.53	34,273.54
<b>Costo de venta</b>	<b>155,811.68</b>	<b>160,487.09</b>	<b>166,907.65</b>	<b>175,254.14</b>	<b>185,770.50</b>

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla N°99, los presupuestos proyectados de costos variables están en función a la tasa de crecimiento de la demanda y tasa de

crecimiento de la inflación. Por ello se verifica que año tras año la proyección va en aumento.

## Costos Fijos

Tabla 100. Presupuesto proyectado de materiales indirectos.  
(expresado en soles)

DETALLE	2021	2022	2023	2024	2025
Artículos de limpieza	471.00	498.36	537.33	590.35	660.93
<b>Total de materiales indirectos</b>	<b>471.00</b>	<b>498.36</b>	<b>537.33</b>	<b>590.35</b>	<b>660.93</b>

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla N°100, el presupuesto proyectado de materiales indirectos va en crecimiento y este costo va en función de la inflación porque son costos en soles, lo cual están sujetos directamente por la inflación.

Tabla 101. Presupuesto proyectado de gastos de personal.  
(expresado en soles)

DETALLE	2021	2022	2023	2024	2025
Gerente General	28980	29559.6	30150.792	30753.80784	31368.884
Asistente de logística	15180	15483.6	15793.272	16109.13744	16431.32019
Asistente de marketing	15180	15483.6	15793.272	16109.13744	16431.32019
Auxiliar de almacén	11340	11566.8	11798.136	12034.09872	12274.78069
<b>Gasto de personal total</b>	<b>70,680.00</b>	<b>72,093.60</b>	<b>73,535.47</b>	<b>75,006.18</b>	<b>76,506.31</b>

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla N°101, el presupuesto proyectado en cinco años de los gastos de personal va en aumento ya que la empresa Be Natural Perú S.A.C. ha decidido incrementar el sueldo en un 2% anual a sus colaboradores, esta medida se ha optado debido a que el Régimen Laboral Especial de la Microempresa en la cual la empresa se encuentra, no brinda el 100% de los beneficios al trabajador y con el fin de evitar la rotación constante de personal se va manejar de esta manera para compensar de cierta medida.

Tabla 102. Presupuesto proyectado de gastos fijos.  
(expresado en soles)

DETALLE	2021	2022	2023	2024	2025
Pago de alquiler de local	12,000.00	12,120.00	12,241.20	12,363.61	12,487.25
Pago de servicios	3,000.00	3,174.27	3,422.48	3,760.20	4,209.75
<b>Total Gastos Indirectos</b>	<b>15,000.00</b>	<b>15,294.27</b>	<b>15,663.68</b>	<b>16,123.82</b>	<b>16,697.00</b>

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla N°102, el presupuesto proyectado de los gastos fijos, lo que corresponde al pago de servicios está en función al promedio de la tasa de inflación. El pago de alquiler de local se ha considerado un 1% en la proyección debido a que se trata de un bien inmueble. La persona que arrienda el inmueble a través del contrato podría colocar un incremento en el pago del alquiler es por ello que, se está considerando.

Tabla 103. Presupuesto proyectado de gastos administrativos.  
(expresado en soles)

DETALLE	2021	2022	2023	2024	2025
Útiles de oficina	190.00	201.04	216.76	238.15	266.62
Asesor contable	3,000.00	3,090.00	3,213.60	3,374.28	3,576.74
Control de calidad	8,160.00	8,404.80	8,740.99	9,178.04	9,728.72
<b>Total de gastos administrativos</b>	<b>11,350.00</b>	<b>11,695.84</b>	<b>12,171.35</b>	<b>12,790.47</b>	<b>13,572.08</b>

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla N°103, el presupuesto proyectado de los gastos administrativos, donde los útiles de oficina se proyectan en función a la tasa de inflación y los servicios del asesor contable y supervisor de control de calidad se proyectan en función de la demanda.

Tabla 104. Presupuesto proyectado de gastos de ventas.  
(expresado en soles)

DETALLE	2021	2022	2023	2024	2025
Página web	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
Espacio en la feria (Stand)	10,052.00	10,454.08	10,976.78	11,635.39	12,449.87
Pasajes a EEUU	2,333.50	2,426.84	2,548.18	2,701.07	2,890.15
Hospedaje	753.90	784.06	823.26	872.65	933.74
Decoración del Stand	2,000.00	2,080.00	2,184.00	2,315.04	2,477.09
Movilidad	538.50	560.04	588.04	623.32	666.96
Alimentación	538.50	560.04	588.04	623.32	666.96

Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	2,500.00	2,600.00	2,730.00	2,893.80	3,096.37
Google AdWords	1,800.00	1,872.00	1,965.60	2,083.54	2,229.38
Agente comercial en destino	6,000.00	6,240.00	6,552.00	6,945.12	7,431.28
Rueda de negocio	1,200.00	1,248.00	1,310.40	1,389.02	1,486.26
<b>Total gasto de ventas</b>	<b>28,216.40</b>	<b>29,325.06</b>	<b>30,766.31</b>	<b>32,582.29</b>	<b>34,828.05</b>

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla N°104, los gastos de ventas que la empresa Be Natural Perú S.A.C. ha proyectado en crecimiento para los cinco años está en función a las ventas que se generen durante el tiempo de operaciones, por lo tanto, va en función a la tasa de crecimiento de la demanda.

## 6.11 Flujo de caja proyectado

### 6.11.1 Flujo de caja económico

Tabla 105. Flujo de caja económico de Be Natural Perú S.A.C  
(expresado en soles)

CONCEPTO	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS</b>		354,120.21	362,061.16	376,552.46	395,390.09	419,125.15
Ingresos operativos		354,120.21	362,061.16	376,552.46	395,390.09	419,125.15
Ingresos no operativos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>EGRESOS</b>		286,840.89	294,825.13	305,230.08	318,278.09	334,321.74
Costo de venta		155,811.68	160,487.09	166,907.65	175,254.14	185,770.50
Gastos de personal		70,680.00	72,093.60	73,535.47	75,006.18	76,506.31
Materiales indirectos		471.00	498.36	537.33	590.35	660.93
Gastos indirectos		15,000.00	15,294.27	15,663.68	16,123.82	16,697.00
Gastos administrativos		11,350.00	11,695.84	12,171.35	12,790.47	13,572.08
Gasto de ventas		28,216.40	29,325.06	30,766.31	32,582.29	34,828.05
Impuesto		5,311.80	5,430.92	5,648.29	5,930.85	6,286.88
<b>Flujo de caja operativo</b>		67,279.33	67,236.03	71,322.38	77,112.00	84,803.41
Valor Residual						1,300.00
Inversión tangible	9,430					
Inversión intangible	7,696					
Capital de trabajo	102,409					102,408.82
Inversión inicial total	119,534					



<b>FLUJO DE CAJA ECONOMICO</b>	<b>-119,534</b>	<b>67,279.33</b>	<b>67,236.03</b>	<b>71,322.38</b>	<b>77,112.00</b>	<b>188,512.23</b>
--------------------------------	-----------------	------------------	------------------	------------------	------------------	-------------------

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla N°105, el flujo de caja económico está formado por los ingresos y egresos operativos, los cuales están proyectados en un plazo de cinco años.

### 6.11.2 Flujo de caja financiero

Tabla 106. Flujo de caja financiero de Be Natural Perú S.A.C  
(expresado en soles)

Periodo	0	2,021	2,022	2,023	2,024	2,025
<b>Flujo de caja económico</b>	<b>-119,534.36</b>	<b>67,279.33</b>	<b>67,236.03</b>	<b>71,322.38</b>	<b>77,112.00</b>	<b>188,512.24</b>
Préstamo	50,204.43	0.00				
Amortización		12,496.69	16,340.67	21,367.07		
Intereses		12,137.81	8,293.82	3,267.43		
Escudo Fiscal de la Deuda		182.07	124.41	49.01		
Flujo de deuda	50,204.43	24,452.43	24,510.09	24,585.49	0.00	0.00
<b>Flujo De Caja Financiero</b>	<b>-69,329.93</b>	<b>42,826.90</b>	<b>42,725.94</b>	<b>46,736.90</b>	<b>77,112.00</b>	<b>188,512.24</b>

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla N°106, el flujo de caja financiero es la diferencia del flujo de caja económico menos el flujo caja de deuda. El flujo de deuda está conformado por la deuda del préstamo bancario en el año 0 y los egresos por servicio de deuda. Cabe resaltar que, los intereses se pagan como gastos financieros.

## 6.12 Estado de ganancias y pérdidas

Tabla 107. Estado de ganancias y pérdidas.  
(expresado en soles)

*	Expresado en Soles por año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas en valor	354,120.21	362,061.16	376,552.46	395,390.09	419,125.15
(+) INGRESOS TOTALES	354,120.21	362,061.16	376,552.46	395,390.09	419,125.15
(-) COSTO DE VENTAS	155,811.68	160,487.09	166,907.65	175,254.14	185,770.50
UTILIDAD BRUTA	198,308.53	201,574.07	209,644.81	220,135.95	233,354.65
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	11,350.00	11,695.84	12,171.35	12,790.47	13,572.08
(-) GASTOS DE VENTAS	28,216.40	29,325.06	30,766.31	32,582.29	34,828.05
(-) GASTOS DE PERSONAL	70,680.00	72,093.60	73,535.47	75,006.18	76,506.31
(-) GASTOS DE MATERIALES INDIRECTOS	471.00	498.36	537.33	590.35	660.93
(-) GASTOS INDIRECTOS	15,000.00	15,294.27	15,663.68	16,123.82	16,697.00
(-) DEPRECIACIÓN	1,785.00	1,785.00	1,785.00	1,785.00	260.00
(-) AMORTIZACIÓN	1,539.11	1,539.11	1,539.11	1,539.11	1,539.11
UTILIDAD OPERATIVA	69,267.02	69,342.83	73,646.56	79,718.74	89,291.18
(+) INGRESOS FINANCIEROS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(+) INGRESOS VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) GASTOS FINANCIEROS	12,137.81	8,293.82	3,267.43		
(-) GASTOS VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
UTILIDAD SIN IMPUESTO	57,129.22	61,049.01	70,379.13	79,718.74	89,291.18
(-) IMPUESTO A LA RENTA ( RER 1.5% MENSUAL ING. NETOS)	5,311.80	5,430.92	5,648.29	5,930.85	6,286.88
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>51,817.41</b>	<b>55,618.09</b>	<b>64,730.84</b>	<b>73,787.89</b>	<b>83,004.30</b>

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla N°107, se presenta el estado de ganancias y pérdidas de la empresa Be Natural Perú S.A.C. que inicia con el ingreso por ventas, que es el monto total en soles de las ventas que se darán durante los próximos cinco años del cual se reduce el costo de venta. La utilidad bruta es de S/. 198,308.53 en el primer año, luego de restarle los egresos operativos, la depreciación y amortización se tiene la utilidad operativa que tiene como resultado S/. 69,267.02 que expresa la utilidad obtenida por vender el filtrante de hierbas aromáticas, luego la empresa obtiene S/. 57,129.22 de utilidad sin impuestos luego de haber restado el interés del préstamo.

Por último, se calcula el impuesto a la renta y se determina que la utilidad neta de S/. 51,817.41 en el primer año.

## 6.13 Evaluación de la inversión

### 6.13.1 Evaluación económica

Tabla 108. Resultados económicos.

	COK	VALOR
VANE	17.88%	S/. 152,224.41
TIRE		57.78%
PRIE		27 meses
B/C ECONOMICO		2.27

Fuente: Elaboración propia.

Tasa de descuento del Flujo de caja económico el COK = 17.88% para el cálculo del VAN y el beneficio costo. En la Tabla N°108, se expresa la evaluación económica de Be Natural Perú S.A.C. y con ello se puede concluir que el proyecto es rentable, debido a que el flujo de efectivo económico cumple con las condiciones para que un proyecto pueda ser aceptado, por lo tanto, se tiene como resultado VANE igual a S/.152,224.41, un TIRE de 57.78% y un B/C de 2.27.

Tabla 109. Periodo de recuperación económica.  
(expresado en soles)

Periodo de recuperación	Flujo económico actualizado	Flujo económico actualizado acumulado
0	-119,534.36	
2021	57,074.42	57,074.42
2022	48,386.23	105,460.65
<b>2023</b>	<b>43,541.71</b>	<b>149,002.36</b>
2024	39,935.71	188,938.07
2025	82,820.70	271,758.77

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla N°109, el periodo de recuperación económica tomando en cuenta el COK (costo de oportunidad) el cual es de 17.88%. Por consiguiente, actualizando los flujos económicos del futuro al presente y teniendo en cuenta el COK, la inversión se recuperará en 27 meses.

### 6.13.2 Evaluación financiera

Tabla 110. Resultados financieros.

	WACC	VALOR
VANF	22.24%	S/. 123,499.41
TIRF		72.51%
PRIF		26 meses
B/C FINANCIERO		2.78

Fuente: Elaboración propia.

La tasa de descuento del Flujo de caja financiero es el WACC = 22.24% para el cálculo del VAN y el beneficio costo. En la Tabla N°110, se tiene el flujo de caja financiero, donde se cumple que el VANf > VANE y el TIRf > Tasa de interés anual que el banco ofrece, con ello se produce un apalancamiento financiero en beneficio del inversionista. De acuerdo con lo antes mencionado, la empresa Be Natural Perú S.A.C. tiene como resultado un VANf igual a S/. 123,499.41, un TIRF de 72.51% y un B/C de 2.78, por lo cual se puede deducir que el proyecto es muy rentable. En conclusión, de acuerdo con el análisis realizado en ambos casos, tanto el flujo financiero como el económico expresan que el proyecto es rentable.

Tabla 111. Periodo de recuperación financiera.  
(expresado en soles)

Periodo de recuperación	Flujo Financiero actualizado	Flujo Financiero actualizado acumulado
0	-69,329.93	
2021	35,035.67	35,035.67
2022	28,594.29	63,629.96
2023	25,588.30	<b>89,218.26</b>
2024	34,538.01	123,756.27
2025	69,073.07	192,829.34

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla N°111, el periodo de recuperación financiera tomando en cuenta el costo promedio ponderado de capital es de 22.24%. Por consiguiente, actualizando los flujos financieros del futuro al presente y teniendo en cuenta el WACC, la inversión se recuperará en 26 meses.

### **6.13.3 Evaluación social**

El presente plan de negocio acerca de la exportación de filtrantes de hierbas aromáticas no genera ningún conflicto social, de lo contrario, apoya de manera positiva al país.

Be Natural Perú S.A.C. genera un impacto en el crecimiento económico del país ya que, al constituir la empresa, se genera mayor empleo por la apertura de nuevos puestos de trabajo, contribuyendo con la inversión en el país realizando el pago de impuestos al estado.

### **6.13.4 Impacto ambiental**

Los filtrantes de hierbas aromáticas son amigables con el medio ambiente. Asimismo, Be Natural Perú S.A.C promoverá la responsabilidad social mediante un plan de reciclaje donde el producto a reciclar será separado de la fuente de origen y los residuos que pudieran acumularse, serán desechados de manera adecuada sin causar algún tipo de daño ni a las personas ni al medio ambiente.

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

## **6.14 Evaluación de costos oportunidad del capital de trabajo**

### **6.14.1 Costo de oportunidad (COK)**

El Costo de Oportunidad del Capital es el rendimiento esperado de la mejor alternativa de inversión con igual riesgo. El COK permite evaluar el aporte propio; asimismo, ayuda a saber si existe alguna mejor alternativa en la que podríamos invertir.

La determinación del COK depende, por cierto, del grado de riesgo (riesgo similar al de mi proyecto) y del número de oportunidades que tengo para invertir mi capital y de otras consideraciones. El caso más simple ocurre si, en vez de invertir en el negocio que estoy considerando, deposito mi dinero en el banco. Entonces tengo dos alternativas adicionales a la inversión que pretendo realizar (suponiendo que percibo un riesgo similar en cada caso).

Tabla 112. Aporte propio de Be Natural Perú S.A.C  
(Expresado en soles)

Fuente	Porcentaje	Monto
Aporte propio	58.00%	69,329.93

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla N°112, el capital propio es de S/. 69,329.93 que de acuerdo con este capital, el inversionista realiza una evaluación de mercado para conocer cuál es la rentabilidad máxima que podría obtener por dicha inversión.

Tabla 113. Distribución del costo de oportunidad (COK)

TREM inversionista 1	18.0%
Participación inversionista 1	70.0%
TREM inversionista 2	19.0%
Participación inversionista 2	16.0%
TREM inversionista 3	16.0%
Participación inversionista 3	14.0%
<b>COK</b>	<b>17.88%</b>

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla N°113, detalla que la rentabilidad que otorga el mercado por el capital propio es lo máximo que se deja de ganar por invertir en este proyecto, Realizando el cálculo se tiene como costo de oportunidad 17.88 % que es lo mínimo que se espera ganar por la inversión en este proyecto de exportación de filtrantes de hierbas aromáticas.

#### 6.14.2 Costo promedio ponderado de capital (WACC)

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

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

Tabla 114. Costo Promedio ponderado de Capital.

- Capital (participación de patrimonio)	58.00%
- Deuda (participación de terceros)	42.00%
- Costo de oportunidad (COK)	17.88%
- Costo de la deuda (costo de financiamiento)	30.76%
- Tasa de impuesto a la renta	8.14%
<b>- Costo promedio ponderado de capital</b>	<b>22.24%</b>

Fuente: Elaboración propia.

## 6.15 Cuadro de riesgo del tipo de cambio

El análisis de sensibilidad supone variaciones que afecten el presupuesto de caja. Por ello es importante crear varios escenarios con el objetivo de tener diferentes perspectivas con relación a las situaciones que se presenten.

Para mitigar el riesgo de cambio, la empresa Be Natural Perú S.A.C. ha optado por recurrir al sistema bancario para contratar un tipo de cambio forward de divisas.

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

Tabla 115. Análisis de sensibilidad con tipo de cambio.

	TIPO DE CAMBIO	VANE	TIRE	B/C	VANF	TIRF	B/C
<b>O</b>	<b>3.69</b>	156,464.64	59.39%	2.34	126,939.50	74.53%	2.86
	3.64	154,344.53	58.58%	2.31	125,219.46	73.52%	2.82
<b>C</b>	<b>3.59</b>	152,224.41	57.78%	2.27	123,499.41	72.51%	2.78
	3.12	132,295.31	50.21%	1.98	107,330.96	63.02%	2.42
<b>P</b>	<b>2.81</b>	119,150.58	45.22%	1.78	96,666.67	56.76%	2.18

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Tabla N°115, el análisis de sensibilidad y cómo el tipo de cambio impacta en los diferentes indicadores, tanto en el económico como en el financiero. Para este tipo de análisis se utilizan tres escenarios: el optimista, conservador y pesimista. Por ejemplo, en un escenario optimista, para un tipo de cambio de S/. 3.69 se obtiene un B/C económico de 2.34, lo que significa que por cada sol que se invierte se está ganando S/1.34.

Por consiguiente, en un escenario conservador, para un tipo de cambio de S/. 3.59 se obtiene un B/C económico de 2.27, lo que significa que la empresa gana por cada sol invertido S/1.27. Finalmente, para un escenario pesimista, el tipo de cambio de S/. 2.81 se obtiene un B/C económico de 1.78 y se está ganando por cada sol invertido S/ 0.78 que es un monto mucho menor a diferencia de los dos tipos de cambio detallados anterior y claramente se refleja que el T/C en este escenario es donde la empresa está perdiendo más.

## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.1 Conclusiones

- La empresa Be Natural Perú S.A.C. se acogerá al Régimen Especial a la Renta, mientras que el régimen laboral será el Régimen Laboral Especial para la Microempresa. La empresa será constituida como una Sociedad Anónima Cerrada ya que es ideal para las empresas que recién inician sus operaciones, protege la privacidad de la transferencia de acciones y tiene mejor aceptación para la obtención de créditos ante entidades financieras.
- La alta rotación de personal genera costos para la empresa debido al Régimen Laboral Especial para la Microempresa que no brinda el 100% de beneficios, para ello Be Natural Perú S.A.C tiene como política realizar un incremento anual de sueldo, del 2% a fin de compensar de una u otra manera al colaborador.
- Be Natural Perú S.A.C. asegurará una adecuada gestión en todo el proceso logístico a través de un plan de contingencia de proveedores de materia prima, de empresa que brindan servicio de maquila y envasado, de cajas de cartón máster y operadores logísticos; con el objetivo de asegurar la oferta exportable ante un posible incremento de la demanda.
- Para la exportación de los filtrantes de hierbas aromáticas “Herbal Mix”, Be Natural Perú S.A.C. trabajará bajo el Incoterms® FOB, 2020, eso quiere decir que, el vendedor entrega la mercadería a bordo del buque designado por el importador en el puerto de embarque establecido. Se aplicará el pago mediante transferencia internacional (50% adelanto y 50% a la entrega del documento) y se trabajará bajo el régimen de exportación definitiva.
- De acuerdo con la evaluación económica – financiera del Plan de Negocio se concluye que, el proyecto es viable, teniendo una TIR Económico de 57.78% y una TIR Financiera de 72.51%. Asimismo, genera un VAN Económico de



S/. 152,224.42 y un VAN Financiero de S/. 123,499.41 positivo y muy alentador para la incursión en el negocio.

## 7.2 Recomendaciones

- Se recomienda cumplir con las políticas, valores y cultura organizacional establecida para garantizar un efectivo desarrollo de las actividades.
- Se recomienda que, durante el primer año cumplir con las estrategias de marketing establecidas con el fin de que se pueda garantizar el nivel de ventas y lograr la rentabilidad esperada del proyecto.
- Se recomienda realizar monitoreos constantes de los logros y avances, así como la revisión constante de los indicadores económicos y financieros que permitan evaluar la viabilidad.
- Se recomienda mantener relaciones comerciales estrechas con los proveedores ya que de esa manera se podrá negociar precios, y considerar posibles alianzas estratégicas.
- Se recomienda hacer uso de un contrato de confiabilidad con el proveedor del proceso maquila, con la finalidad de evitar que emitan libremente la información del producto.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Atahuaman C. (2013). *La Ley N° 30056 y sus modificaciones laborales al régimen especial de las micro y pequeñas empresas*. Obtenido de [https://mep.pe/intranetvirtual/Constitucion-y-Fomalizacion/tramites\\_laborales/MEP\\_Formalizacion\\_TramitesLaborales\\_ReporteEstudio-LeyMYPEyLey30056.pdf](https://mep.pe/intranetvirtual/Constitucion-y-Fomalizacion/tramites_laborales/MEP_Formalizacion_TramitesLaborales_ReporteEstudio-LeyMYPEyLey30056.pdf)
2. Banco Central de Reserva del Perú. (s.f.). *La Cobertura Cambiaria: Los forwards de divisas*. Obtenido de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Informes-Especiales/Cobertura-Cambiaria-Forwards-Divisas.pdf>
3. Banco Interamericano de Desarrollo. (2018). *CAJAS MUNICIPALES, MICROCRÉDITO Y POBREZA EN EL PERÚ*. Obtenido de <https://www.iadb.org/es/sectores/empresas-privadas-y-desarrollo-de-las-pyme/perspectiva-general>
4. Camara de Comercio de Lima. (2018). *Ruedas de Negocio*. Obtenido de <http://m.camaralima.org.pe/principal/categoria/ruedas-de-negocio/26/c-26>
5. CENSUS BUREAU. (2019). *Demographic Analysis*. Obtenido de <https://www.census.gov/quickfacts/fact/table/chicagocityillinois,newyorkcitynewyork,losangelescitycalifornia/PST045219>
6. CMCP Lima. (2020). *Requisitos para el Capital de Trabajo*. Obtenido de <https://www.cajametropolitana.com.pe/principal/categoria/capital-de-trabajo/42/c-42>
7. Diario Gestión. (2018). *¿Cuál es la diferencia entre una persona natural y una persona jurídica?* Obtenido de <https://gestion.pe/economia/management-empleo/diferencia-persona-natural-persona-juridica-nnda-nnlt-251657-noticia/?ref=gesr>
8. Euromonitor Internacional. (2020). *Estados Unidos: perfil del país*. Obtenido de <https://www-portal-euromonitor-com.ezproxy.ulima.edu.pe/portal/Analysis/Tab>
9. FDA. (2018). *¿Qué hace la FDA?* Obtenido de <https://www.fda.gov/about-fda/fda-basics/que-hace-la-fda#:~:text=La%20FDA%20es%20responsable%20de,los%20productos%20que%20emiten%20radiaciones>.
10. FMI. (2020). *Perspectivas de la Economía Mundial*. Obtenido de <https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2020/09/30/world-economic-outlook-october-2020>
11. Garcia I. (2017). *Definición de Visión empresarial*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/vision-empresarial>

12. Garcia I. (2018). *La estructura organizativa de la empresa*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/la-estructura-organizativa-de-la-empresa.html>
13. ICEX. (2018). *Guía del Estado de Nueva York. Estados Unidos 2020*. Obtenido de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/implantacion-e-inversion-exterior/informacion-para-invertir-en-el-exterior/guias-incentivos/DOC2019833186.html>
14. Indecopi. (2019). Obtenido de <https://indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
15. INDECOPI. (2020). *Registro de Marca y Otros Signos*. Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
16. INEI. (2010). *CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME*. Obtenido de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf)
17. Jiménez J. (2008). *El Valor de los Valores en las Organizaciones*. Obtenido de <https://elvalordelosvalores.com/definicion-de-los-valores/>
18. MAPFRE. (2020). *Seguros de Transportes Terrestre*. Obtenido de <https://www.mapfre.es/seguros/empresas/mercancias/seguro-transporte-terrestre/>
19. Miguez, I. C. (2016). *Comercio Internacional: Una Visión General de los Instrumentos Operativos del Comercio Exterior*. España: Ideaspropias Editorial.
20. MINCETUR. (s.f.). *ACERCA DE LAS OCEX*. Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/oficinas-comerciales/acerca-de-las-ocex-2/>
21. MINCETUR. (s/f). *Acuerdos Comerciales del Perú*. Obtenido de [http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=55&Itemid=78](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=55&Itemid=78)
22. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (s.f). Obtenido de [https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/DLT\\_formacion\\_laboral.pdf](https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/DLT_formacion_laboral.pdf)
23. Municipalidad de San Miguel. (2020). Obtenido de <http://www.munisanmiguel.gob.pe/servicios/licencias-de-funcionamiento/>
24. Nicuesa M. (2018). *Diferencia entre principios y valores humanos*. Obtenido de <https://www.psicologia-online.com/diferencia-entre-principios-y-valores-humanos-4262.html>
25. OCACERT. (2020). *Trazabilidad*. Obtenido de <http://ocacert.com/trazabilidad.php>

26. PROCHILE. (2019). *Como hacer negocios en Estados Unidos*. Obtenido de [https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2014/05/EEUU\\_Como\\_Hacer\\_Negocios\\_2016.pdf](https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2014/05/EEUU_Como_Hacer_Negocios_2016.pdf)
27. PROMPERU. (2017). *Conoce las diversas plantas medicinales que ofrece el Perú*. Obtenido de <https://peru.info/es-pe/gastronomia/noticias/2/12/las-plantas-medicinales-que-ofrece-el-peru>
28. PromPerú. (s/f). *Desarrollo de ficha técnica de productos - Inteligencia emocional*. Recuperado el 22 de 03 de 2017, de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/capacitacion/2014-Ficha%20t%C3%A9cnica%20de%20productos%20-%20Inteligencia%20Comercial.pdf>
29. SBS. (2020). *Tasa de interés promedio anual del sistema de cajas municipales*. Obtenido de <https://www.sbs.gob.pe/app/pp/EstadisticasSAEEPPortal/Paginas/TIActivaTipoCreditoEmpresa.aspx?tip=C>
30. Sheen R. (2016). *La cultura organizacional y su impacto en la gestión empresarial*. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=\\_dSEDwAAQBAJ&pg=PT17&dq=cultura+organizacional&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjbsvVDsqrsAhUAHbkGHSyWAD0Q6AEwBHoECAYQAg#v=onepage&q=cultura%20organizacional&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=_dSEDwAAQBAJ&pg=PT17&dq=cultura+organizacional&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjbsvVDsqrsAhUAHbkGHSyWAD0Q6AEwBHoECAYQAg#v=onepage&q=cultura%20organizacional&f=false)
31. SIICEX. (2015). Obtenido de Guía de Requisitos de Acceso de alimentos a los Estados Unidos.: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/1025163015radB52B3.pdf>
32. SIICEX. (2017). *MODELOS DE CONTRATOS INTERNACIONALES*. Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/469767587rad790CB.pdf>
33. SIICEX. (2018). *Serie N°4: FORMAS Y MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES*. Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/960767905rad810CE.pdf>
34. SIICEX. (2019). *Guía de Mercado: Estados Unidos*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/876323561rad3ECAB.pdf>
35. SUNAT. (2020). *Concepto - Planilla Electrónica*. Obtenido de <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/informacion-general-planilla-electronica>
36. SUNAT. (2020). *Exportación definitiva*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html>


37. SUNAT. (2020). *Inscripción al RUC - Empresas*. Obtenido de <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/ruc-empresas/inscripcion-al-ruc-empresas>
38. Thompson I. (2006). *Misión y Visión*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>

## ANEXOS

### Anexo N° 1: Buyer Persona

# Andrew Buyer Thompson

Jefe de Compras de Diamond Rock  
Food Import



- Es responsable del área de compras de Diamond Rock Food Import.
- Tiene a su cargo a más de nueve personas. Define las estrategias de negociación con los proveedores. Maneja un presupuesto anual y es quien toma la decisión de adquisiciones.
- Vive en New York, casado con dos hijas, en su tiempo libre le gusta jugar tenis y pasar tiempo con su familia.
- Tiene 39 años, con mas de doce años de experiencia en el área de compras.
- Es Licenciado en Ingeniería Industrial, con maestría en Supply Chain Management y domina tres idiomas.
- **Sus objetivos:** Conocer diferentes mercados para abastecer a las diferentes empresas con productos diferenciados y estén acorde a las nuevas tendencias. Obtener los mejores precios del mercado sin sacrificar la calidad.
- **Retos diarios:** Motivar a su equipo de trabajo, tomar decisiones asertivas, coordinación con las demás áreas, escucha activa con su equipo de trabajo.
- **Miedos o preocupaciones:** No tener el control sobre los resultados de su equipo de trabajo, no cumplir con los objetivos y metas trazadas por la gerencia general de la empresa.

## Anexo N° 2: Cotización en FOB - INCALINES

Estimada,  
De acuerdo a lo solicitado; detallo a continuación tarifa de exportación a:



**CALLAO - NEW YORK**

Comm. Carga Gral. No peligrosa / No sobredimensionada / Apilable

O/F	\$ 35.00 x w/m3	-	Mínimo \$ 45.00
LSS	\$ 4.00 x w/m3	-	Mínimo \$ 4.00
AMS	\$ 25.00		
BL	\$ 15.00		

T/T  
 Servicio  
 Salidas  
 Almacén  
 Validez

TB días Aprox.  
 VIA PANAMA  
 SEMANALES  
 VILLAS OQUENDO S.A.  
 30.11.2020

Gastos de Exportación				
	Gtos Fijos	w/m	Min.	Max.
	Derechos de Embarque	S/. 85.00	S/. 133.00	S/. 374.00
	Servicio de tarja	S/. 30.00	S/. 50.00	S/. 200.00
	Tranmisión de Aduana	S/. 75.00		
	Visto Bueno Portuario-VºBº	S/. 400.00		
	Almacén (Trámite Documentario)	USD 43.00 x HBL		
	* No incluye el cobro por los incrementos en DPW / APM * Servicios adicionales a la carga: tales como, movilización, cuadrilla, manifiestos para reconocimiento físico, Servicio Extraordinario y/o gastos de puerto (BOE, año cubricaje, etc.) serán facturados al agente de aduana. *Servicios Adicionales ofrecidos dentro de horario extraordinario afectos a 50% de recargo.			
Días Libres Almacenaje Carga General: 30 días libres				
<b>RETROACTIVOS</b> Carga IMO: 15 días libres				

**Servicios Adicionales**

* Uso de stack para descarga de camion (aplica palets/cajones y bultos grandes)	\$ 15.00 x BKG
* Movilización para Reconocimiento Físico, Senasa u otros	\$ 13.50 x Ton - MIN. \$ 25.00 x BKG
* Cuadrilla para Reconocimiento Físico, Senasa u otros	\$ 15.00 x Ton - MIN. \$ 29.00 x HBL
* Manifiestos para Reconocimiento Físico, Senasa u otros	\$ 25.00 x HR - MIN. 2 HRS
* Enzunchado	\$ 10.24 x Paleta
* Plastificado	\$ 6.02 x Paleta
* Servicio Extraordinario	\$ 26.00 x HR



**Tarifas no incluyen IGV**

**Condiciones:**

- ü Tarifas válidas sólo para carga general apilable / no peligrosa / no restringida / no sobredimensionada.
- ü Se recomienda que la carga esté correctamente embalada y cuente con su seguro de transporte.
- ü Embarques sujeto a gastos locales en Origen y Destino.
- ü **Recargo por Sobrepeso:**
  - o Recargo por Embarque: USD 15.00/TN a partir de 8 TNS. Para cargas de transbordo, consultar recargo aplicable 2da tramo caso por caso.
  - o Recargo por Pieza: Piezas sobre los 2.5 tons se debe considerar recargo por sobrepeso. Consultar previamente.
- ü **Recargo por Sobredimensión:**
  - o Bultos que excedan los 3.00 mts de largo. Favor consultar previamente.
  - o Bultos que excedan los 2.00 mts de alto. Favor consultar previamente.
- ü **Cargas Imo:**
  - o IMO 1, 5, 6, 7 con restricciones en Callao. El resto de IMO, favor consultar caso por caso.



### Anexo N° 3: Cotización en FOB - ATLANTIC Operador Logístico

													
ATLANTIC OVERSEAS EXPRESS PERU SAC Contact Info: Av. R. Oscar Benavides 4250 - Bellavista-Callao. Ctc: Steven Garcia Celular: 970334756													
		<table border="1"> <tr> <td>Quotation Number</td> <td>1011-2020</td> </tr> <tr> <td>Date/Time</td> <td>10/11/2020</td> </tr> <tr> <td>Expiration Date</td> <td>30/11/2020</td> </tr> <tr> <td>Employee</td> <td>STEVEN GARCIA</td> </tr> </table>				Quotation Number	1011-2020	Date/Time	10/11/2020	Expiration Date	30/11/2020	Employee	STEVEN GARCIA
Quotation Number	1011-2020												
Date/Time	10/11/2020												
Expiration Date	30/11/2020												
Employee	STEVEN GARCIA												
Origin:			Destination:										
ATLANTIC OVERSEAS EXPRESS PERU SAC													
Av. R. Oscar Benavides 4250 - Bellavista - Callao.			COMEX										
Type of Move:	OCEAN	Origin:	CALLAO	Destination:	NEW YORK								
Cargo Information													
Pieces	Description	G. WEIGHT	CBM	INCOTERM									
2	GENERAL GOODS	300 KG	3,0 CBM	FOB									
OCEAN FREIGHT		EURO	USD										
OCEAN FREIGHT			\$ 100,00										
BL FEE			\$ 35,00										
BUNKER			\$ 35,00										
AMS			\$ 25,00										
HANDLING			\$ 59,00	NC IGV									
TOTAL:			\$ 254,00										
Remarks													
VAUDEZ HASTA: 30/11/2020 TRANSITO: 18 DIA APROX SALIDAS: SEMANALES TARIFA PARA CARGA APILABLE ALMACEN CONSOLIDACION: NEPTUNIA TARIFA VALIDA SOLO PARA CARGA GENERAL, NO IMO, NO PERECEDERA, NI CON SOBREDIMENSION Y APILABLE.  ** NO INCLUYE DERECHOS DE EMBARQUE ** NO GASTOS EN DESTINO  (*) el tiempo de transito y servicio facilitado tiene únicamente carácter informativo, por lo que ni el Armador ni la Agencia se comprometen a la llegada en fecha cierta) (*) sujeto a disponibilidad de espacios (*) no incluye gastos por inspeccion en origen o servicios adicionales (*) cabe señalar que la tarifa por air freight (flete), puede estar sujeta a variación													
													
STEVEN GARCÍA ATLANTIC OVERSEAS EXPRESS PERU SAC JEFE DE OPERACIONES CELULAR: 970334756 CORREO: operaciones_peru@grupootlantic.com.pe													

## Anexo N° 4: Cotización en FOB - ISA PERÚ Operador Logístico

Estimada,  
Adjunto lo solicitado:

BULTOS	2
PESO (TON)	0.172
VOLUMEN (CBM)	2.40

Nº COTIZACION	ISA248542
POL	CALLAO
POD	NEW YORK

ORIGIN CHARGES	RATE	COMMENTS	CUR	COST
OCEAN FREIGHT	\$25.00	w/m; Min: USD 25.00	USD	60.00
ERF	\$10.00	w/m; Min: USD 10.00 - Max USD 40.00	USD	24.00
BL + VGM	\$35.00	X BL	USD	35.00
SED	\$35.00	Por factura/por shipper *Aplica para facturas con un valor mayor a USD2500	USD	35.00
<b>TOTAL FOB</b>	<b>USD</b>	<b>154.00</b>		

RECARGOS ADICIONALES	
HANDLING FEE	USD 25 X HBL
SERVICIO	
FRECUENCIA	Semanal
T.T APROX	11 Días Aprox.
AGENTE	IFS NEUTRAL MARITIME SERVICE, INC. Phone: ( 001 ) 305-714-0022 / 0023 / 0024 FAX: 0115982 916 6566 Contacto: Agustina Ramirez ( FOB ) E-mail: <a href="mailto:aramirez@mia.ifsneutral.com">aramirez@mia.ifsneutral.com</a>
VALIDEZ	ETD 14/11 /2020

### Notas:

- 1.- Cotización solo aplica para carga General y apilable, **NO HAZMAT / OVERSIZE /**
- 2.- Los recojos se coordinan con 48hrs de anticipación. No incluye la carga ni la descarga de la mercadería.
- 3.- El embalaje de su carga debe ser el apropiado para transporte consolidado por vía marítima.
- 4.- Aplica flete vigente a fecha de zarpe de mercancía
- 5.- Ver restricciones de peso y dimensiones en nuestro tarifario.
- 6.- RECUERDE: Por el bien de sus cargas, **PROTÉJALAS** por los manipuleos propios de las cargas LCL. **SIMPLES CAJAS DE CARTÓN SUELTAS**, son un gran RIESGO RECOMENDAMOS SU UNITARIZACIÓN EN PALLETES. **EVITE LUCRO CESANTE, PÉRDIDA DE CLIENTES O DE PEDIDOS.**
- 7.- Los documentos de embarque deben ser enviados directamente del Proveedor al Consignatario. ISA PERU no se hace responsable por ello.
- 8.- Asegurarse de que su carga cuente con la marcas claras para facilitar la identificación de la misma.



Slds,



John Albert R.  
Jr. Martín de Munta 150 Of. 703, San Miguel, Lima - Perú  
Oficina: (51 1) 698 1228 | Móvil: (51 1) 955 342 675  
[www.isaperusac.com](http://www.isaperusac.com) | [jalbert@isaperusac.com](mailto:jalbert@isaperusac.com)  
"Comercio seguro alrededor del mundo"

"Su opinión es importante para nosotros, en caso de consultas, sugerencias y/o comentarios favor escribir a: [atencionalcliente@isaperusac.com](mailto:atencionalcliente@isaperusac.com)"

## Anexo N° 5: Cotización en FCA (aéreo) - ATLANTIC Operador Logístico

											
ATLANTIC OVERSEAS EXPRESS PERU SAC Contact Info: Av. R. Oscar Benavides 4250 - Bellavista - Callao. C/c: Steven García Celular: 970334756		<table border="1"> <tr> <td>Quotation Number</td> <td>1011-1-2020</td> </tr> <tr> <td>Date/Time</td> <td>12/11/2020</td> </tr> <tr> <td>Expiration Date</td> <td>20/11/2020</td> </tr> <tr> <td>Employee</td> <td>STEVEN GARCIA</td> </tr> </table>		Quotation Number	1011-1-2020	Date/Time	12/11/2020	Expiration Date	20/11/2020	Employee	STEVEN GARCIA
Quotation Number	1011-1-2020										
Date/Time	12/11/2020										
Expiration Date	20/11/2020										
Employee	STEVEN GARCIA										
Origin:		Destination:									
ATLANTIC OVERSEAS EXPRESS PERU SAC											
Av. R. Oscar Benavides 4250 - Bellavista - Callao.		COMEX:									
Type of Move:	AIR	Origin:	LIMA								
		Destination:	NEW YORK (JFK)								
Cargo Information											
Pieces	Description	G. WEIGHT	CBM								
2 PALLETS	GENERAL GOODS	200 KG	480 VOL								
			INCOTERM								
			FCA								
OCEAN FREIGHT		EURO	USD								
AIR FREIGHT			\$ 1.920,00								
UA FEE			\$ 48,00								
TRANSFER FEE			\$ 60,00								
AWB			\$ 30,00								
HANDLING			\$ 35,40								
COMISION AGENCIA			\$ 141,60								
TRANSPORTE			\$ 70,80								
			INC IGV								
			INC IGV								
			INC IGV								
TOTAL:			\$ 2.305,80								
Remarks											
VALIDEZ HASTA: 20/11/2020 TRANSITO: 6 - 7 DIAS APROX. SALIDAS: MIERCOLES Y DOMINGOS AEROLINEA: AIRMAX RUTA: LIM - MIA - JFK (CONEXIÓN TERRESTRE) TARIFA PARA CARGA APILABLE TARIFA APLICA SOLO PARA CARGA: GENERAL/SECA/APILABLE (NO DEBE CONTENER PILAS, BATERÍAS NI INSUMOS QUE SEAN CONSIDERADOS DGR)											
** NO INCLUYE GASTOS POR DERECHOS DE EMBARQUE ** NO INCLUYE GASTOS EN DESTINO ** NO INCLUYE GASTOS DE EMBALAJE											
(*) el tiempo de transito y servicio facilitado tiene únicamente carácter informativo, por lo que ni el Armador ni la Agencia se comprometen a la llegada en fecha cierta) (*) sujeto a disponibilidad de espacios (*) no incluye gastos por inspección en origen o servicios adicionales (*) cabe señalar que la tarifa por air freight (flete), puede estar sujeta a variación											
STEVEN GARCÍA ATLANTIC OVERSEAS EXPRESS PERU SAC JEFE DE OPERACIONES CELULAR: 970334756 CORREO: operaciones.peru@grupootlantic.com.pe											

## Anexo N° 6: Formato de solicitud de reserva de nombre



### ANEXO 1: FORMULARIO

#### SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

**SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:**

Yo, \_\_\_\_\_ identificado con:

DNI°  CIP  CE  OTROS \_\_\_\_\_ N° \_\_\_\_\_

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

**SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA para:**

Constitución                       Modificación de Estatuto

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

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

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

**TIPO DE PERSONA JURÍDICA: (Marque una opción)**

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

OTROS (precisar el tipo de persona jurídica) \_\_\_\_\_

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


Lima, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 20 \_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Firma del Solicitante

<sup>1</sup> También podrá solicitar la reserva de nombre ingresando a la página web [www.sunarp.gob.pe](http://www.sunarp.gob.pe), servicios en línea, donde podrá indicar hasta cinco (5) nombres y de forma opcional sus abreviaturas tratándose de denominaciones.



## Anexo N° 7: Formato de elevación de minuta

### SEÑOR NOTARIO

SÍRVASE EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, SIN MINUTA, DE CONFORMIDAD CON EL ARTICULO 58 LITERAL I) DEL D. LEG. N.º 1049, DECRETO LEGISLATIVO DEL NOTARIADO, CONCORDADO CON EL DECRETO SUPREMO N.º 007-2008-TR – TUO DE LA LEY DE PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD, FORMALIZACION Y DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA Y DEL ACCESO AL EMPLEO DECENTE, LEY MYPE, QUE OTORGAN: KIARA MARJORIE ZAPATA CRUZ, DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS INTERNACIONALES CON D.N.I. N° 47692555, ESTADO CIVIL SOLTERA ; KATHERINE ROSA REYNOSO DE LA CRUZ, DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION PROFESORA CON D.N.I. N° 41527523, ESTADO CIVIL SOLTERA, CYNTHIA MEDALY DIAZ ALIAGA, DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION ECONOMISTA CON D.N.I. N° 40257596, ESTADO CIVIL SOLTERA; SEÑALANDO DOMICILIO COMUN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN AV. LA MARINA 3369 – SAN MIGUEL - LIMA. EN LOS TERMINOS SIGUIENTES:

**PRIMERO.** - POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL, LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, BAJO LA DENOMINACION DE “BE NATURAL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA”, SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACION DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

**SEGUNDO.** - EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE S/. 69,329.00 (SESENTA Y NUEVE MIL TRESCIENTOS VEINTINUEVE CON 00/100 SOLES) REPRESENTADO POR 6,933 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/. 10.00 CADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

1. KIARA MARJORIE ZAPATA CRUZ SUSCRIBE 4,853 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 48,530.95 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
2. KATHERINE ROSA REYNOSO DE LA CRUZ SUSCRIBE 1,109 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 11,092.79 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
3. CYNTHIA MEDALY DIAZ ALIAGA SUSCRIBE 971 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 9,706.19 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO

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

## **ESTATUTO**

**ARTICULO 1.- DENOMINACION-DURACION-DOMICILIO:** LA SOCIEDAD SE DENOMINA: BE NATURAL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA”

TIENE UNA DURACION INDETERMINADA, INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURIDICA DESDE SU INSCRIPCION EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURIDICAS

SU DOMICILIO ES EN AV. LA MARINA 3369 – SAN MIGUEL - LIMA. PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAIS O EN EL EXTRANJERO.

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

**ARTÍCULO 3.- CAPITAL SOCIAL:** EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE S/. 69,329.00 (SESENTA Y NUEVE MIL TRESCIENTOS VEINTINUEVE CON 00/100 SOLES) REPRESENTADO POR 6,933 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/. 10.00 CADA UNA.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

**ARTICULO 4.- TRANSFERENCIA Y ADQUISICION DE ACCIONES:** LOS OTORGANTES ACUERDAN SUPRIMIR EL DERECHO DE PREFERENCIA PARA LA ADQUISICION DE ACCIONES, CONFORME A LO PREVISTO EN EL ULTIMO PARRAFO DEL ARTICULO 237º DE LA "LEY".

**ARTICULO 5.- ORGANOS DE LA SOCIEDAD:** LA SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE TIENE LOS SIGUIENTES ÓRGANOS:

LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS; Y LA GERENCIA. **LA SOCIEDAD NO TENDRÁ DIRECTORIO.**

**ARTICULO 6.- JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS:** LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS ES EL ORGANO SUPREMO DE LA SOCIEDAD. LOS ACCIONISTAS CONSTITUIDOS EN JUNTA GENERAL DEBIDAMENTE CONVOCADA, Y CON EL QUORUM CORRESPONDIENTE, DECIDEN POR LA MAYORIA QUE ESTABLECE LA "LEY" LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA. TODOS LOS ACCIONISTAS INCLUSO LOS DISIDENTES Y LOS QUE NO HUBIERAN PARTICIPADO EN LA REUNION, ESTAN SOMETIDOS A LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA JUNTA GENERAL.

LA CONVOCATORIA A JUNTA DE ACCIONISTAS SE SUJETA A LO DISPUESTO EN EL ART. 245° DE LA "LEY".

EL ACCIONISTA PODRA HACERSE REPRESENTAR EN LAS REUNIONES DE JUNTA GENERAL POR MEDIO DE OTRO ACCIONISTA, SU CONYUGE, O ASCENDIENTE O DESCENDIENTE EN PRIMER GRADO, PUDIENDO EXTENDERSE LA REPRESENTACION A OTRAS PERSONAS.

**ARTICULO 7.- JUNTAS NO PRESENCIALES:** LA CELEBRACION DE JUNTAS NO PRESENCIALES SE SUJETA A LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 246° DE LA "LEY".

**ARTICULO 8.- LA GERENCIA:** NO HABIENDO DIRECTORIO, TODAS LAS FUNCIONES ESTABLECIDAS EN LA "LEY" PARA ESTE ORGANO SOCIETARIO SERAN EJERCIDAS POR EL GERENTE GENERAL.

LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS PUEDE DESIGNAR UNO O MÁS GERENTES SUS FACULTADES REMOCION Y RESPONSABILIDADES SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 185° AL 197 DE LA "LEY".

EL GERENTE GENERAL ESTA FACULTADO PARA LA EJECUCION DE TODO ACTO Y/O CONTRATO CORRESPONDIENTES AL OBJETO DE LA SOCIEDAD, PUDIENDO ASIMISMO REALIZAR LOS SIGUIENTES ACTOS:

- A. DIRIGIR LAS OPERACIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS.
- B. REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES. EN LO JUDICIAL GOZARA DE LAS FACULTADES SENALADAS EN LOS ARTICULOS 74, 75, 77 Y 436 DEL CODIGO PROCESAL CIVIL, ASI COMO LA FACULTAD DE REPRESENTACION PREVISTA EN EL ARTICULO 10 DE LA LEY 26636 Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS; TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACION O SUSTITUCION. ADEMAS, PODRA CELEBRAR CONCILIACION EXTRAJUDICIAL, PUDIENDO SUSCRIBIR EL ACTA CONCILIATORIA, GOZANDO DE LAS FACULTADES SENALADAS EN LAS DISPOSICIONES LEGALES QUE LO REGULAN. ADEMAS PODRA CONSTITUIR Y REPRESENTAR A LAS ASOCIACIONES QUE CREA CONVENIENTE Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS.
- C. ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA; GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCONTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y REACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, PAGARES, CONOCIMIENTO DE EMBARQUE, CARTA DE PORTE, POLIZAS, CARTAS FIANZAS Y CUALQUIER CLASE DE TITULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES; OTORGAR RECIBOS CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTIA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRESTAMOS CON GARANTIA HIPOTECARIA,

- D. ADQUIRIR Y TRANSFERIR BAJO CUALQUIER TITULO; COMPRAR, VENDER, ARRENDAR, DONAR, DAR EN COMODATO, ADJUDICAR Y GRAVAR LOS BIENES DE LA SOCIEDAD SEAN MUEBLES O INMUEBLES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS YA SEAN PRIVADOS O PUBLICOS. EN GENERAL PODRA CONSTITUIR GARANTIA HIPOTECARIA, MOBILIARIA Y DE CUALQUIER FORMA. PODRA CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTORY Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACION EN PARTICIPACION Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACION EMPRESARIAL, VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. ADEMAS PODRA SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.
- E. SOLICITAR, ADQUIRIR, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTE, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES CONFORME A LEY, SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELECTUAL.
- F. PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PUBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACION DEL OBJETO SOCIAL.

EL GERENTE GENERAL PODRA REALIZAR TODOS LOS ACTOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACION DE LA SOCIEDAD, SALVO LAS FACULTADES RESERVADAS A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.

**ARTICULO 9.- MODIFICACION DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCION DEL CAPITAL:** LA MODIFICACION DEL PACTO SOCIAL, SE RIGE POR LOS ARTICULOS 198 Y 199 DE LA "LEY", ASI COMO EL AUMENTO Y REDUCCION DEL CAPITAL SOCIAL, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 201 AL 206 Y 215 AL 220, RESPECTIVAMENTE DE LA "LEY".

**ARTICULO 10.- ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACION DE UTILIDADES:** SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTICULOS 40, 221 AL 233 DE LA "LEY".


**ARTICULO 11.- DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION:** EN CUANTO A LA DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 407, 409, 410, 412, 413 A 422 DE LA "LEY".

**CUARTO.** - QUEDA DESIGNADO COMO GERENTE GENERAL: KIARA MARJORIE ZAPATA CRUZ CON D.N.I. N° 47692555, CON DOMICILIO EN: MZ U5 LOTE 7 ROSARIO DEL NORTE – LOS OLIVOS, PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA.


**LIMA, 15 DE DICIEMBRE DE 2020.**



## Anexo N° 8: Solicitud de registro de marca

	<b>PERÚ</b>	Presidencia del Consejo de Ministros	INDECOPI			
<b>DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS</b>						
<b>SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE</b>						
<b>1. DATOS DEL SOLICITANTE</b>		<input type="checkbox"/> N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el <b>anexo A</b> por cada solicitante adicional)				
<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL		<input type="checkbox"/> PERSONA JURÍDICA				
<b>Tipo de empresa (*) (marque de corresponder):</b>						
<input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____						
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución)						
Nacionalidad / País de Constitución:		Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda: Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídica RUC <input type="checkbox"/> )				
Representante Legal (Llenado <b>obligatorio</b> en caso de ser Persona Jurídica):						
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú						
Dirección:						
Distrito:		Provincia:	Departamento:			
Referencias de domicilio:						
Correo electrónico		Número de teléfono fijo				
Casilla electrónica (previa suscripción de contrato con Indecopi)		Número de teléfono celular				
<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación. <input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentado en el expediente N°: <small>(Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)</small>						
<b>2. DATOS RELATIVOS AL SIGNO DISTINTIVO A REGISTRAR</b>						
<b>2.1. Tipo de Signo:</b>  <input type="checkbox"/> Denominativa <input type="checkbox"/> Denominativa con grafía <input type="checkbox"/> Mixta <input type="checkbox"/> Tridimensional <input type="checkbox"/> Figurativa <input type="checkbox"/> Otros: _____	<b>2.2. Indicación del Signo (de ser solo denominativo)</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;"><b>2.3. Reproducción del Signo</b></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; padding: 10px;"><b>PEGAR REPRODUCCIÓN DE LA MARCA DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL</b></td> </tr> <tr> <td style="font-size: small; padding: 5px;">           Se sugiere enviar <u>copia fiel del mismo logotipo</u> al correo: <a href="mailto:logos-dsd@indecopi.gob.pe">logos-dsd@indecopi.gob.pe</a>. (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 píxeles)            Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.         </td> </tr> </table>		<b>2.3. Reproducción del Signo</b>	<b>PEGAR REPRODUCCIÓN DE LA MARCA DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL</b>	Se sugiere enviar <u>copia fiel del mismo logotipo</u> al correo: <a href="mailto:logos-dsd@indecopi.gob.pe">logos-dsd@indecopi.gob.pe</a> . (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 píxeles) Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.
<b>2.3. Reproducción del Signo</b>						
<b>PEGAR REPRODUCCIÓN DE LA MARCA DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL</b>						
Se sugiere enviar <u>copia fiel del mismo logotipo</u> al correo: <a href="mailto:logos-dsd@indecopi.gob.pe">logos-dsd@indecopi.gob.pe</a> . (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 píxeles) Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.						
<b>2.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca:</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> (en caso de <b>NO MARCAR</b> alguna opción, se protegerán los colores que aparecen en la reproducción adjuntada)						
(*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayores a 150 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no menores a 150 U.I.T. ni mayores a 1700 U.I.T.; y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no menores a 1700 U.I.T. ni mayores a 2300 U.I.T.						

## Anexo N° 9: Solicitud de licencia de funcionamiento

	<b>SOLICITUD DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO</b> ( con carácter de declaración jurada )		
SEÑOR ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SAN MIGUEL S.A.			
Ante usted respetuosamente me presento y expongo:			
<b>I. MODALIDAD DEL TRAMITE QUE SOLICITO (Marque con una "X")</b>			
1. LICENCIA INDETERMINADA <input type="checkbox"/> 4. LICENCIA TEMPORAL <input type="checkbox"/> 7. DUPLICADO <input type="checkbox"/>	2. LICENCIA PARA CESIONARIO <input type="checkbox"/> 5. MODIFICACIÓN DE ÁREA <input type="checkbox"/> 6. CESE <input type="checkbox"/>	3. AMPLIACIÓN O CAMBIO DE GIRO <input type="checkbox"/> 8. CAMBIO DE RAZÓN SOCIAL <input type="checkbox"/> 9. OTROS <input type="checkbox"/>	
<b>II. DATOS DEL SOLICITANTE</b>			
10. APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL			
11. Nro. de DNI o CE	12. Correo electrónico-e-mail	13. Nro. Telefónico	14. NUMERO DE RUC
15. Av./Jr./Ca./Pje.			16. Hrs. Int. Mz. Lt.
17. Urb. AA.HH. Otras	18. DISTRITO	19. PROVINCIA	20. DEPARTAMENTO
<b>III. REPRESENTANTE LEGAL (completar sólo en el caso de personas jurídicas que son representadas por un tercero)</b>			
21. APELLIDOS Y NOMBRES	22. Nro. de DNI o CE	23. Nro. Partida P. (SUNARP)	24. Nro. de Teléfono
<b>IV. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO</b>			
25. NOMBRE COMERCIAL		26. GIRO O ACTIVIDAD	
27. Av./Jr./Ca./Pje.			28. Nro. Int. Mz. Lt. 29. Urb. AA.HH. otros
Comercio <input type="checkbox"/> Industria <input type="checkbox"/> Servicio <input type="checkbox"/>		30. SECTOR ECONOMICO	
31. ÁREA DEL LOCAL <small>(No incluye Área de Patio Municipal)</small>		32. Nº de Estacionamientos	
<b>V. CONDICIÓN DEL LOCAL (Marca con "X" lo que correspondía)</b>			
33. PROPIO <input type="radio"/> CEDIDO <input type="radio"/> ARRENDADO <input type="radio"/>		34. CONTRATO VIGENTE HASTA / /	
35. NOMBRE DEL PROPIETARIO REGISTRADO EN LA MUNICIPALIDAD (llenado por la municipalidad)			
<b>VI OTROS DATOS DEL ESTABLECIMIENTO</b>			
36. CROQUIS DE LA UBICACIÓN		37. ORDEN DE PAGO ÚNICO El solicitante, debe abonar en caja un único pago correspondiente al derecho de trámite	
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 20px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px;"></div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 20px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px;"></div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 20px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px;"></div> </div>		Derecho de trámite <input style="width: 50px;" type="text"/> S/.	
38. DECLARO BAJO JURAMENTO: QUE LOS DATOS CONSIGNADOS EN LA PRESENTE SOLICITUD EXPRESAN LA VERDAD Y SOY RESPONSABLE DE LA VERACIDAD DE LOS DOCUMENTOS E INFORMACION, EN VIRTUD AL PRINCIPIO DE PRESUNCIÓN DE VERACIDAD ESTIPULADO EN LA LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL, ASIMISMO DECLARO CONOCER Y ME SOMETO A LAS SANCIONES DE ACUERDO A LEY Y DEMÁS NORMAS MUNICIPALES VIGENTES DE SER EL CASO, ASI COMO A LO ESTABLECIDO EN EL ARTICULO 411° DEL CODIGO PENAL.			
FIRMA DEL SOLICITANTE, REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO			

## Anexo N° 10: Declaración jurada de observancia de defensa civil

<b>SOLICITUD DE PROGRAMACIÓN DE LEVANTAMIENTO OBSERVACIONES</b>		
D.S. N° 066-2007-PCM		
<b>REFERENTE</b>		
EXPEDIENTE: _____		
<b>I. DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL Y DEL SOLICITANTE</b>		
Nombres y Apellidos del Representante Legal:		
RUC/DN/CUI:	Teléfono:	
Dirección:	e-mail:	
	Distrito:	
Nombres y Apellidos del Solicitante:		
RUC/DN/CUI:	Teléfono:	
Dirección:	e-mail:	
	Distrito:	
<b>II. DATOS ADMINISTRATIVOS DEL OBJETO DE INSPECCIÓN</b>		
Nombres Comercial:	Giro o Actividad que realiza:	
Razón Social:		
RUC/DN/CUI:	Área:	Plazo:
Dirección:	Teléfono:	
	e-mail:	
N° de Recibo de Pago	Monto Abonado:	
<b>III. ANTECEDENTES DE LA INSPECCIÓN (para ser llenado en Módulo de Atención)</b>		
N° Expediente:	Fecha de Ingreso:	
N° Solicitud de ITSDC:	Fecha de Notificación:	
N° Recomendaciones:	Plazo Máximo Otorgado:	
Fecha Programada para la Inspección:	Hora Programada:	
<b>CARGO DE RECEPCIÓN</b> <small>(Firma y sello, fecha y hora)</small>	San Miguel, ____/____/_____ (FECHA)	
Firma del Solicitante, Representante legal o Apoderado Apellidos y Nombre: RUC/DN/CUI:		
<b>IMPORTANTE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- LLENAR CON LETRA IMPRENTA Y MARCAR CON "X" LO QUE CORRESPONDA</li> <li>- ADJUNTAR EL RECIBO DE PAGO ORIGINAL (NARANJA) Y FOTOCOPIA</li> <li>- DEBERÁ PRESENTAR ESTA SOLICITUD EN UN PLAZO NO MAYOR A DOS DÍAS CONTADOS DESDE LA NOTIFICACIÓN DEL INFORME</li> <li>- ADJUNTAR LOS DOCUMENTOS QUE HAYAN SIDO SOLICITADOS EN LAS RECOMENDACIONES</li> </ul>		

## **Anexo N° 11: Modelo de Contrato por Inicio de Lanzamiento de Nueva Actividad**

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de "Contrato por inicio o incremento de actividad" que celebran al amparo del Art. 57° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N.º 003-97-TR y normas complementarias, de una parte, Be Natural Perú S.A.C., con R.U.C. N° 20200475954 y domicilio fiscal en Av. La Marina 3369, San Miguel - Lima; debidamente representada por la señorita Kiara Marjorie Zapata Cruz con D.N.I. N° 47692555, a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte Julio Martín Pérez Gonzales; con D.N.I. N° 46254235, domiciliado en Av. Haya De La Torre N° 101, La Perla - Callao a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO: EL EMPLEADOR requiere cubrir las necesidades logísticas y operacionales de la empresa.

SEGUNDO: Por el presente documento EL EMPLEADOR contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR quien desempeñará el cargo de Asistente de Operaciones y Logística, en relación con las causas objetivas señaladas en la cláusula anterior. TERCERO: El plazo de duración del presente contrato es de seis meses, y rige desde el 01 de diciembre del 2020 fecha en que debe empezar sus labores EL TRABAJADOR hasta el 31 de mayo del 2021, fecha en que termina el contrato.

CUARTO: EL TRABAJADOR estará sujeto a un período de prueba de tres meses, la misma que inicia el 01 de diciembre del 2020 y concluye el 28 de febrero de 2021.

QUINTO: EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente: De lunes a viernes de 8:00 horas a 17:00 horas.

SEXTO: EL TRABAJADOR deberá cumplir con las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento interno de Trabajo (en caso cuente con uno debidamente registrado ante la AAT) y en las demás normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art. 9° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N.º 003-97-TR.

SÉPTIMO: EL EMPLEADOR abonará al TRABAJADOR la cantidad de S/ 1,2500.00 como remuneración mensual, de la cual se deducirá las aportaciones y descuentos por tributos establecidos en la ley que le resulten de aplicación.

OCTAVO: Queda entendido que EL EMPLEADOR no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme la cláusula tercera, oportunidad en la cual se abonara al TRABAJADOR los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo con ley.

NOVENO: Este contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el TUO del D. Leg. N.º 728 aprobado por D. S. N.º 003-97-TR Ley de Productividad y Competitividad Laboral, y demás normas legales que lo regulen o que sean dictadas durante la vigencia del contrato.

Como muestra de conformidad con todas las cláusulas del presente contrato firman las partes, por triplicado a los días 01 del mes de diciembre del año 2020.

.....  
EL EMPLEADOR

.....  
EL TRABAJADOR

## **Anexo N° 12: Contrato de Trabajo a Plazo Fijo Bajo la Modalidad de “Contrato Intermitente”**

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “Contrato intermitente”, que celebran al amparo del Art. 64° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N.º 003-97TR y normas complementarias, de una parte, Be Natural Perú S.A.C., con R.U.C. N.º 20200475954 y domicilio fiscal en Av. La Marina 3369, San Miguel - Lima, debidamente representada por la señorita Kiara Marjorie Zapata Cruz, con D.N.I. N.º 47692555, a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte Jimena Xiomara Velarde Montalbán, con D.N.I. N.º 43257489, domiciliado en Jr. San Martín N.º 705, Magdalena del Mar - Lima, a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO: EL EMPLEADOR requiere cubrir las necesidades contables de la empresa.

SEGUNDO: Por el presente documento EL EMPLEADOR, contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR que desempeñará el cargo de Contador, en relación con el objeto señalado cláusula anterior.

TERCERO: El presente contrato tiene un plazo de duración de un mes, el mismo que regirá a partir del 01 de enero del 2021 fecha en que EL TRABAJADOR debe empezar sus labores, hasta el 31 de enero del 2021, fecha en que termina el contrato.

CUARTO: Dada la naturaleza de la contratación y en aplicación del art. 65° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N.º 00397-TR, el EMPLEADOR requerirá de los servicios de EL TRABAJADOR y para el mismo fin durante un mes.

QUINTO: EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente: El último día martes del mes de 08: 00 horas a 16: 00 horas.

SEXTO: EL TRABAJADOR deberá cumplir las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento Interno de Trabajo (en caso cuente con uno debidamente registrado ante la AAT) y en las demás normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art.9° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S.N.º 003-97TR.

SÉPTIMO: EL EMPLEADOR abonará al TRABAJADOR la cantidad de S/. 250.00 como remuneración mensual.

OCTAVO: Queda entendido que EL EMPLEADOR no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme la cláusula tercera, oportunidad en la cual se abonará al TRABAJADOR los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo con ley.

NOVENO: Este contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el TUO del D. Leg. N.º 789 aprobado por D. S. N.º 003-97-TR Ley de Productividad y Competitividad Laboral, y demás normas legales que lo regulen o que sean dictadas durante la vigencia del contrato.

Conforme con todas las cláusulas, las partes firman el presente contrato, por triplicado a los 30 días del mes de diciembre del año 2020

.....

EL EMPLEADOR

.....

EL TRABAJADOR

## **Anexo N° 13: Contrato de Compraventa Internacional**

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: Be Natural Perú S.A.C, empresa constituida bajo las leyes de la República Perú, debidamente representada por Kiara Zapata Cruz, con Documento de Identidad N° 47692555, domiciliado en su Oficina principal ubicado en Av. La Marina 3369 – San Miguel, Lima, a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte, Diamond Rock Food Imports, Inc señalando domicilio para efectos del presente contrato en 1199 Sunrise Highway # 3, Copiague, Nueva York - Estados Unidos, a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

### **Antecedentes**

Be Natural Perú S.A.C, es una sociedad constituida por escritura pública de fecha 15 de Julio del 2020 ante el Notario Público de Lima, Doctora Mercedes Cabrera Zaldivar, cuyo objetivo social es la exportación de filtrantes de hierbas aromáticas.

Diamond Rock Food Imports, Inc, sociedad constituida en Nueva York – Estados Unidos, cuyo objeto social es la importación y distribución de alimentos y bebidas.

### **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 FOB estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.

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

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



## **CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS**

### **CLAUSULA SEGUNDA:**

- 2.1. Es acordado por las Partes que **EL VENDEDOR** venderá los siguientes productos y **EL COMPRADOR** pagará el precio de dichos productos de conformidad con lo acordado las cuales deberán cumplir con las siguientes condiciones:
- Mercadería: Filtrantes de hierbas aromáticas (matico, manzanilla, hierba luisa, cedrón y boldo)
  - Presentación: Será presentado en cajas de cartón de 10 x 6.2 x 7 cm, que contendrán 25 unidades de filtrantes de 25gramos. Cada caja tendrá en su interior 5 variedades de hierbas aromáticas.
  - Cantidad: 5,760 unidades (160 cajas por embarque)
- 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 25 días luego de recibidas las órdenes de compra debidamente firmadas por el comprador y habiendo efectuado el pago del 50% de adelanto.

## **PRECIO**

### **CLAUSULA CUARTA:**

Las Partes acuerdan el precio de USD \$ 1.33 por el envío de los productos de conformidad con la cotización enviada por el comprador la cual tiene vigencia de 30 días desde su emisión.

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 es sobre la base del Incoterms FOB Callao ("Free on board") por vía marítima.

## **CONDICIONES DE PAGO**

### **CLAUSULA QUINTA:**

Como resultado de la valorización de la mercancía, el precio pactado por unidad es de USD \$ 1.33 dólares americanos y la cantidad pactada para el primer embarque es de 5,760 unidades dando un monto de US\$ 7,660.80 el cual será cancelado por **EL COMPRADOR** a través de transferencia bancaria.

Las cantidades adeudadas serán acreditadas, salvo otra condición acordada, por medio de transferencia bancaria 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.

La transferencia bancaria se realizará mediante el banco Interbank, y el pago deberá ser 50% como adelanto una vez enviada la Orden de Compra y el 50% restante deberá ser abonado una vez puesta la mercadería en zona primaria, realizado el pago restante el B/L se pondrá a nombre del **COMPRADOR**.

El **COMPRADOR** y **VENDEDOR** 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.

### **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: FOB DPW Callao, Incoterms® 2020.*

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

*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:**

Todas las partes se someten a la decisión inapelable de un Tribunal Arbitral, en caso exista controversia o desacuerdo entre las partes que se derive de la interpretación o ejecución del presente acuerdo. Dicho tribunal estará 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 81 Cámara de Comercio Internacional por uno o más árbitros nombrados conforme a este Reglamento.

Toda cuestión relacionada con el presente contrato que no esté expresa o tácitamente establecida por las disposiciones de este Contrato se regirá por los principios legales generales reconocidos en comercio internacional, con exclusión de las leyes nacionales.

### **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 20 Días del mes de noviembre 2020.

.....  
**EL VENDEDOR**  
**(Be Natural Perú S.A.C)**

.....  
**EL COMPRADOR**  
**(Diamond Rock Food Import)**

## Anexo N° 14: Cotización de Seguro de Póliza Flotante Local

**SLIP DE COTIZACION No. XXXX/2020**



**TIPO:**

SEGURO FLOTANTE DE TRANSPORTES EXPORTACIONES

**ASEGURADO:**

Be Natural Perú S.A.C.

**MATERIA ASEGURADA:**

Hierbas aromáticas presentación de 25 filtrantes por cajita. – EXCLUYENDO EQUIPOS DE COMPUTO, LAP TOPS, TABLETS, Y TELEFONOS CELULARES.

**MERCADERIAS RESTRINGIDAS:**

- JOYAS Y/O SIMILARES, DOCUMENTOS VALORADOS, DINERO EN EFECTIVO, OBRAS DE ARTE Y/O SIMILARES.
- PRODUCTOS PERECIBLES, TALES COMO: FRUTAS, VEGETALES, CARNES, FLORES, HELADOS YA SEA FRESCOS, CONGELADOS O REFRIGERADOS.
- EXPLOSIVOS, DINAMITA Y/O PRODUCTOS SIMILARES DE ALTO RIESGO.
- MENAJE DE CASA Y/O EQUIPAJES.
- VIDRIOS EN PLANCHA.
- MINERALES (EN CUALQUIERA DE SUS ESTADOS Y/O FORMAS), ORO, PLATA, METALES Y/O PIEDRAS PRECIOSAS.
- CAFÉ Y QUINUA.
- COMBUSTIBLES Y/O GAS LICUADO DE PETROLEO (GLP).
- TRANSFORMADORES Y/O EQUIPOS DE EMPRESAS HIDROELECTRICAS.
- ANIMALES VIVOS.
- TELÉFONOS CELULARES Y/O TARJETAS TELEFÓNICAS Y/O ACCESORIOS Y/O REPUESTOS.
- EQUIPOS DE COMPUTO Y/O LAP TOPS Y/O TABLETS Y/O ACCESORIOS Y/O REPUESTOS.
- TRANSFORMADORES Y/O EQUIPOS DE EMPRESAS HIDROELECTRICAS.

**EMBALAJE:**

ADECUADO, DE ACUERDO A LOS USOS Y COSTUMBRES INTERNACIONALES, LA COMPAÑÍA NO ASUMIRÁ NINGÚN DAÑO O PÉRDIDA QUE PUEDA ATRIBUIRSE RAZONABLEMENTE A LA DEFICIENCIA EN EL EMBALAJE Y/O ACONDICIONAMIENTO DE LA MERCANCÍA.

**BASE DE VALORIZACION:**

TODOS LOS BIENES ASEGURADOS BAJO ESTA PÓLIZA CONTEMPLARÁN UNA SUMA ASEGURADA EQUIVALENTE AL VALOR SEGÚN FACTURA COMERCIAL (VALOR COSTO + FLETE), MÁS UN SOBRE SEGURO ENTRE 0% Y 30% MÁS DERECHOS DE ADUANA, QUE DEBERÁN SER DECLARADOS POR EL ASEGURADO EN CADA EMBARQUE.

**MOVIMIENTO ANUAL ESTIMADO:**

US\$ 109,983.72 (DOLARES AMERICANOS) O SU EQUIVALENTE EN CUALQUIER OTRA MONEDA.

**LIMITE MAXIMO POR EMBARQUE Y/O MEDIO CONDUCTOR:**

EL LÍMITE DE RESPONSABILIDAD POR EMBARQUE Y/O VIAJE Y/O MEDIO DE TRANSPORTES, BAJO ESTA PÓLIZA, ES DE US\$ 9,165.31 (DOLARES AMERICANOS) Y/O SU EQUIVALENTE EN CUALQUIER OTRA MONEDA. CUALQUIER EXCESO EN EL LÍMITE DEBERÁ SER PUESTO EN CONOCIMIENTO DE LA COMPAÑÍA DE SEGUROS PARA SU APROBACIÓN, ANTES DEL INICIO DEL VIAJE.

**RADIO DE ACCION:**

DESDE LOS DEPÓSITOS DEL ASEGURADO EN EL PERU / VÍA CUALQUIER PUERTO Y/O AEROPUERTO, INCLUYENDO TRANSBORDO SI LOS HUBIERE.  
HASTA LOS ALMACENES DE LOS PROVEEDORES EN CUALQUIER LUGAR DEL MUNDO,

ESTA CONDICIÓN ESTÁ SUJETA A LOS TÉRMINOS DE VENTA (INCOTERMS), INDICADOS EN LA FACTURA COMERCIAL DEL PROVEEDOR.

EL TRÁNSITO TERRESTRE DEL MEDIO CONDUCTOR, DEBE EFECTUARSE DIRECTAMENTE DESDE LA SALIDA DE LOS ALMACENES DE ADUANA, HASTA LOS ALMACENES DEL ASEGURADO INDICADOS EN LA PÓLIZA DE SEGURO, SI EL MEDIO CONDUCTOR INGRESA Y/O DESCARGA EN UN DEPOSITO U ALMACÉN INTERMEDIO, LA COBERTURA DE SEGURO FINALIZARA EN ESE LUGAR.

**MEDIOS DE TRANSPORTE:**

BUQUES DEBIDAMENTE CLASIFICADOS SEGÚN LA CLÁUSULA DE CLASIFICACIÓN DEL INSTITUTO DE ASEGURADORES DE LONDRES – CL.354 Y/O VÍA AÉREA DE AVIONES DE LÍNEAS AÉREAS ESTABLECIDAS Y/O A TRAVÉS DE EMPRESAS DE TRANSPORTE TERRESTRE DE CARGA LEGALMENTE CONSTITUIDAS Y AUTORIZADAS QUE CUENTEN CON CAMIONES PROPIOS.

**COBERTURAS Y CLÁUSULAS (MARITIMA):**

- ✓ CLÁUSULAS GENERALES DE CONTRATACIÓN
- ✓ CONDICIONES GENERALES DE SEGURO DE TRANSPORTE DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN
- ✓ CLÁUSULA DEL INSTITUTO PARA CARGAMENTOS (A)
- ✓ CLÁUSULA DEL INSTITUTO PARA GUERRA (CARGAMENTOS)
- ✓ CLÁUSULA DEL INSTITUTO PARA HUELGAS (CARGAMENTOS)
- ✓ CLÁUSULA DEL INSTITUTO. CANCELACIÓN DEL RIESGO DE GUERRA (CARGAMENTOS)
- ✓ CLAUSULA DE CANCELACIÓN DEL RIESGO DE GUERRA
- ✓ CLAUSULA DE CLASIFICACIÓN DEL INSTITUTO
- ✓ CAIDAS DURANTE LAS OPERACIONES DE CARGA Y DESCARGA.
- ✓ CLÁUSULA DE DERECHOS DE ADUANA.

- ✓ CLAUSULA DE DAÑO MALICIOSO
- ✓ ERRORES Y OMISIONES
- ✓ CLÁUSULA DE EXCLUSIÓN DE CONTAMINACIÓN RADIOACTIVA
- ✓ CLÁUSULA DE PROCEDIMIENTOS EN EL EVENTO DE DAÑO O PÉRDIDA;  
RESPONSABILIDAD DE TRANSPORTISTAS, DEPOSITARIOS Y OTROS TERCEROS.

**COBERTURAS Y CLÁUSULAS (AEREA):**

- ✓ CLÁUSULAS GENERALES DE CONTRATACIÓN
- ✓ CONDICIONES GENERALES DE SEGURO DE TRANSPORTE DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN
- ✓ CLÁUSULA DEL INSTITUTO PARA CARGAMENTOS (CARGA AEREA)
- ✓ CLÁUSULA DEL INSTITUTO PARA GUERRA (CARGA AEREA)
- ✓ CLÁUSULA DEL INSTITUTO PARA HUELGAS (CARGA AEREA)
- ✓ CLAUSULA DE CANCELACIÓN DEL RIESGO DE GUERRA
- ✓ CAIDAS DURANTE LAS OPERACIONES DE CARGA Y DESCARGA.
- ✓ CLÁUSULA DE DERECHOS DE ADUANA.
- ✓ CLAUSULA DE DAÑO MALICIOSO
- ✓ ERRORES Y OMISIONES
- ✓ CLÁUSULA DE EXCLUSIÓN DE CONTAMINACIÓN RADIOACTIVA
- ✓ CLÁUSULA DE PROCEDIMIENTOS EN EL EVENTO DE DAÑO O PÉRDIDA;  
RESPONSABILIDAD DE TRANSPORTISTAS, DEPOSITARIOS Y OTROS TERCEROS.

**EXCLUYENDO:**

- ✓ DAÑOS CAUSADOS A LA MERCADERÍA ASEGURADA COMO CONSECUENCIA DE CHOQUES CONTRA PUENTES Y/O TÚNELES (POR EXCEDER LOS LÍMITES MÁXIMOS DE ALTURA PERMITIDA, POR CADA PUENTE Y/O TÚNEL).
- ✓ PÉRDIDAS Y/O DAÑOS POR HERRUMBRE, OXIDACIÓN, DECOLORACIÓN A NO SER QUE SEA CAUSADO POR UN RIESGO AMPARADO BAJO LA PRESENTE PÓLIZA.
- ✓ DAÑO MECÁNICO, ELÉCTRICO O ELECTRÓNICO, OXIDO, OXIDACIÓN Y DECOLORACIÓN A NO SER QUE SEA CAUSADO POR UN RIESGO AMPARADO BAJO LA PRESENTE PÓLIZA.

**TASA NETA:**

0.15% (POR CIENTO)

**PRIMA NETA MINIMA:**

US\$ 30.00

LAS TASAS Y PRIMAS NETAS INCLUYE LOS RECARGOS POR LAS COBERTURAS ADICIONALES DE GUERRA Y HUELGAS.  
TASAS NETAS, PRIMAS NETAS Y RECARGOS (SUJETOS A GASTOS E IMPUESTOS EQUIVALENTES A 21.54% EN ADICION):



**LIQUIDACION DE PRIMAS**

LAS PRIMAS DE LA PRESENTE PÓLIZA SERÁN FACTURADAS EN FORMA MENSUAL, A OPCIÓN DEL ASEGURADO, PARA LO CUAL EL ASEGURADO SE COMPROMETE EN REMITIR A LA COMPAÑÍA DE SEGUROS, UNA DECLARACIÓN DETALLADA SOBRE LOS EMBARQUES EFECTUADOS, DENTRO DE LOS 25 DÍAS SIGUIENTES AL MES EN QUE SE REALIZARON LOS VIAJES.

**RECARGOS:**

RECARGOS A LAS TASAS BÁSICAS

POR ANTIGÜEDAD DE VAPOR Y/O NO CLASIFICACIÓN DE ACUERDO A LA TABLA DE RECARGOS ADICIONALES, SEGÚN LO ESTABLECE LA CLÁUSULA DE CLASIFICACIÓN DE BUQUES – CL.354 DEL 13/4/1992.

**TRANSBORDOS**

SUJETO A LA TASA ADICIONAL DE 0.10% (POR CIENTO).

**DEDUCIBLE:**

1.00% (POR CIENTO) DE LA SUMA ASEGURADA DEL TOTAL DEL EMBARQUE, MÍNIMO US\$ 100.00

PARA ROBO Y/O ASALTO: 15% (POR CIENTO) DEL MONTO INDEMNIZABLE, MÍNIMO US\$ 500.00

**GARANTIAS:**

**GARANTIA PARA TRANSPORTE TERRESTRE DENTRO DE IMPORTACION:**

APLICABLES A TODO TIPO DE TRANSPORTE TERRESTRE Y PRINCIPALMENTE PARA LOS TRASLADOS TERRESTRES DESDE EL PUERTO HASTA LOS ALMACENES DE ADUANA Y/O ALMACENES FINALES DEL ASEGURADO.

1. VEHÍCULOS DE PROPIEDAD DEL ASEGURADO Y/O DE PROPIEDAD DE EMPRESAS DE TRANSPORTES DE CARGA LEGALMENTE CONSTITUIDAS, QUE SE ENCUENTREN DEBIDAMENTE AUTORIZADAS PARA OPERAR COMO TALES, EN VEHÍCULOS DEBIDAMENTE ACONDICIONADOS Y EN BUEN ESTADO DE FUNCIONAMIENTO, CONducidos POR PERSONAS QUE CUENTEN CON LA LICENCIA ADECUADA PARA LAS UNIDADES QUE CONDUCEN.
2. QUEDA ENTENDIDO Y CONVENIDO QUE TANTO LA EMPRESA DE TRANSPORTES, ASÍ COMO LOS VEHÍCULOS QUE TRANSPORTEN LA MERCADERÍA ASEGURADA DEBERÁN ESTAR INSCRITOS EN LOS REGISTROS DEL MINISTERIO DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES Y DEBERÁN CUMPLIR CON TODOS LOS REGLAMENTOS, LEYES, NORMAS Y CUALQUIER OTRO DISPOSITIVO DICTADO POR LAS AUTORIDADES COMPETENTES EN CUANTO AL TRANSPORTE TERRESTRE SE REFIERE.

3. EN TODO MOMENTO EL VEHÍCULO TRANSPORTADOR DEBERÁ DE CONTAR CON CHOFER MAS UN AYUDANTE, DESDE QUE SALE DEL ALMACÉN O LOCAL DE ORIGEN, HASTA SU INGRESO EN EL LOCAL DE DESTINO FINAL.
4. SUJETO A QUE EL TRANSPORTISTA CONTRATADO POR EL ASEGURADO Y/U OPERADOR LOGISTICO Y/O AGENTE DE ADUANAS REALICE LOS TRASLADOS EN VEHÍCULOS PROPIOS. SE EXCLUYE LA SUB - CONTRATACIÓN DE TRANSPORTISTAS.

EL INCUMPLIMIENTO DE LAS GARANTÍAS ANTES MENCIONADAS, EXIMIRÁ DE TODA RESPONSABILIDAD A LA COMPAÑÍA DE SEGUROS, EN CASO DE UN RECLAMO QUE AFECTE A LA PÓLIZA.

**CONDICIONES ESPECIALES:**

**MERCADERIA USADA:**

LA COBERTURA OTORGADA BAJO LA PRESENTE PÓLIZA HA SIDO CONSIDERADA PARA LAS MERCADERÍAS NUEVAS Y DE PRIMER USO, SI POR EL CONTRARIO SE TRATA DE MERCADERÍA USADA, REFACCIONADA O REACONDICIONADOS, LOS RIESGOS CUBIERTOS AUTOMÁTICAMENTE QUEDARAN REDUCIDOS BAJO LA CLÁUSULA DEL INSTITUTO PARA CARGAMENTOS (C), SALVO PACTO CONTRARIO HABIENDO INFORMADO CORRECTAMENTE QUE LAS MERCADERIAS SON USADAS.

**CONDICION ESPECIAL PARA DERECHOS DE ADUANA**

RESPECTO AL INCREMENTO DE VALOR DE LA CARGA EN RAZON DEL PAGO DE IMPUESTOS ADUANEROS EN EL PUERTO Y/O LUGAR DE DESTINO.

SUJETO A LAS MISMAS CLAUSULAS Y CONDICIONES DEL SEGURO SOBRE LA CARGA Y PARA PAGAR EL MISMO PORCENTAJE DE LA PERDIDA (EXCEPTO CARGOS Y GASTOS) RECUPERABLES POR LA POLIZA, PERO EXCLUYENDO RECLAMOS CON RESPECTO A.

- A) PERDIDA TOTAL DE LA CARGA O PARTE DE LA MISMA ANTES DE QUE EL PAGO DEL IMPUESTOS SE HAYA HECHO EFECTIVO.
- B) AVERIA GENERAL, SALVAMENTO O GASTOS DE SALVAMENTO RESULTANTES DE CUALQUIER HECHO FORTUITO QUE OCURRA ANTES DE QUE EL PAGO DEL IMPUESTO SE HAYA HECHO EFECTIVO.

DETERMINADO EL MONTO DEL RECLAMO RECUPERABLE POR LA PRESENTE, SE OTORGARÁ EL CREDITO CORRESPONDIENTE A CUALQUIER REBAJA DEL IMPUESTO A QUE HUBIERE LUGAR.

**LEY APLICABLE:**

EL PRESENTE CONTRATO SE INTERPRETARÁ DE ACUERDO CON LAS LEYES DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ. QUEDA POR TANTO SIN EFECTO TODA MENCIÓN A LA LEY Y/O PRÁCTICA EXTRANJERA.

---

**NOTA:**

**FECHA DE ENVÍO DE COTIZACIÓN: 29/11/2020**

**LA PRESENTE COTIZACIÓN TIENE UNA VALIDEZ DE 15 DÍAS CALENDARIO DESDE RECIBIDA LA PROPUESTA, Y SE ENCUENTRA SUJETA A:**

- **NO DETERIORO DE LA SINIESTRALIDAD HASTA LA FECHA DE INICIO DE VIGENCIA DE LA PÓLIZA.**

**LA PRESENTE ES UNA COTIZACION Y COMO TAL NO ES OTORGAMIENTO DE COBERTURA**

---