



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

**EXPORTACIÓN DE HONGOS COMESTIBLES (SUILLUS
LUTEUS) DEL DISTRITO DE INCAHUASI A SAO PAULO,
BRASIL**

**PRESENTADO POR
RAÚL FERNANDO MURO RUIZ**

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

LIMA – PERÚ

2021



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

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

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



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**EXPORTACIÓN DE HONGOS COMESTIBLES (SUILLUS LUTEUS) DEL
DISTRITO DE INCAHUASI A SAO PAULO, BRASIL.**

PARA OPTAR

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

PRESENTADO POR:

RAÚL FERNANDO MURO RUIZ

LIMA, PERÚ

2021

DEDICATORIA

Este plan está dedicado primeramente a Dios, luego a mi familia, a todas las personas que me apoyaron y siempre estuvieron presentes en cada altibajo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco especialmente a Dios porque él es el que guío mi camino y me dio las señales correctas para encaminarme durante toda mi vida. Agradezco también a mis padres por apoyarme constantemente y motivarme a seguir adelante.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	12
1. - ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN	13
2. - ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	14
2.1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	14
2.2. ACTIVIDAD ECONÓMICA O CODIFICACIÓN INTERNACIONAL (CIIU)	14
2.3. UBICACIÓN Y FACTIBILIDAD MUNICIPAL Y SECTORIAL	15
2.4. OBJETIVOS DE LA EMPRESA, PRINCIPIO DE LA EMPRESA EN MARCHA	16
2.5. LEY DE MYPES, MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, CARACTERÍSTICAS	16
2.6. ESTRUCTURA ORGÁNICA	17
2.7. CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PERSONAL	18
2.8. FORMA JURÍDICA EMPRESARIAL	19
2.9. REGISTRO DE MARCA Y PROCEDIMIENTO EN INDECOPI	19
2.10. REQUISITOS Y TRÁMITES MUNICIPALES	19
2.11. RÉGIMEN TRIBUTARIO PROCEDIMIENTO DESDE LA OBTENCIÓN DEL RUC Y MODALIDADES	20
2.12. REGISTRO DE PLANILLAS ELECTRÓNICA (PLAME)	21
2.13. RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL Y GENERAL LABORAL	22
2.14. MODALIDADES DE CONTRATOS LABORALES	23
2.15. CONTRATOS COMERCIALES Y RESPONSABILIDAD CIVIL DE LOS ACCIONISTAS ...	23
3. - PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL	25
EXPORTACION	25
3.1.- DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	25
3.1.1 <i>Clasificación arancelaria</i>	25

3.1.2	<i>Propuesta de valor</i>	26
3.1.3	<i>Ficha técnica comercial</i>	27
3.2.-	INVESTIGACIÓN DEL MERCADO DE OBJETIVO	28
3.2.1	<i>Segmentación de mercado objetivo</i>	28
3.2.2	<i>Tendencias de consumo</i>	37
3.3.-	ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA.....	42
3.3.1	<i>Análisis de la oferta</i>	42
3.3.2	<i>Análisis de la demanda</i>	44
3.4.	ESTRATEGIAS DE VENTAS Y DISTRIBUCIÓN	48
3.4.1	<i>Estrategias de segmentación</i>	48
3.4.2	<i>Estrategias de posicionamiento</i>	50
3.4.3	<i>Estrategias de distribución</i>	50
3.5.-	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	51
3.6.-	TAMAÑO DE PLANTA. FACTORES CONDICIONANTES	52
4.-	PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL	53
4.1.	ENVASES, EMPAQUES Y EMBALAJES	53
4.2.	DISEÑO DEL ROTULADO Y MARCADO	55
4.2.1	<i>Diseño del rotulado</i>	55
4.3.	UNITARIZACIÓN Y CUBICAJE DE LA CARGA	57
4.4.	CADENA DE DFI DE EXPORTACIÓN/IMPORTACIÓN.....	60
4.5.	<i>Seguro de las mercancías</i>	65
5.-	PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL	68
5.1.-	FIJACIÓN DE PRECIOS	68
5.1.1	<i>Costos y precio</i>	68

5.1.2	<i>Cotización internacional</i>	76
5.2.-	CONTRATO DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL (EXPORTACIONES/IMPORTACIONES) Y SUS DOCUMENTOS	78
5.3	ELECCIÓN Y APLICACIÓN DEL INCOTERM.....	81
5.4.-	DETERMINACIÓN DEL MEDIO DE PAGO Y COBRO	81
5.5.-	ELECCIÓN DEL RÉGIMEN DE EXPORTACIÓN O DE IMPORTACIÓN	82
5.6.-	GESTIÓN ADUANERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL	83
5.7.-	GESTIÓN DE LAS OPERACIONES DE IMPORTACIÓN/EXPORTACIÓN: FLUJO GRAMA	86
5.8.-	GESTIÓN DE LAS OPERACIONES DE PRODUCCIÓN DEL BIEN O SERVICIO A EJECUTAR: FLUJO GRAMA.	89
6.-	PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	93
6.1	INVERSIÓN FIJA	93
6.1.1	<i>Activos tangibles</i>	93
6.1.2	<i>Activos intangibles</i>	94
6.2.	CAPITAL DE TRABAJO	94
6.3.	INVERSIÓN TOTAL	95
6.4.	ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	95
6.5.	FUENTES FINANCIERAS Y CONDICIONES DE CRÉDITO	98
6.6.	PRESUPUESTO DE COSTOS	100
6.7.	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	101
6.8.	TRIBUTACIÓN DE LA EXPORTACIÓN	102
6.9.	PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	104
6.10	PRESUPUESTO DE EGRESOS.....	105
6.11.	FLUJO DE CAJA PROYECTADO	106
6.12.	ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDA.....	108

6.13. EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN	108
6.13.1.- <i>Evaluación Económica</i>	108
6.13.2. <i>Evaluación Financiera</i>	109
6.13.3. <i>Evaluación social</i>	110
6.13.4 <i>Impacto ambiental</i>	111
6.14.-EVALUACIÓN DE COSTO OPORTUNIDAD DEL CAPITAL DE TRABAJO	112
6.15.-CUADRO DE RIESGO DEL TIPO DE CAMBIO	112
7.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	114
7.1.- CONCLUSIONES	114
7.2.- RECOMENDACIONES.	115
BIBLIOGRAFÍA	116
ANEXOS	120
ANEXO N°1: MODELO CANVAS DEL PLAN DE EXPORTACIÓN DE HONGOS COMESTIBLES.....	120
ANEXO N°2: LIENZO DE LA PROPUESTA DE VALOR	121
ANEXO N°3: COTIZACIÓN DE RANSA	122
ANEXO N°4: COTIZACIÓN DE BEAGLE.....	123
ANEXO N°5: COTIZACIÓN DE TRANSOCEÁNICA	124
ANEXO N°6: TASAS DE INTERÉS DE CRÉDITOS HIPOTECARIOS	125

Índice de Cuadros

CUADRO 1 ESTRUCTURA ORGÁNICA DE AGRO HONGOS E.I.R.L.....	17
CUADRO 2 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	27
CUADRO 3 CRITERIOS DE SELECCIÓN	31
CUADRO 4 INFORMACIÓN BÁSICA Y GENERAL DE BRASIL	32
CUADRO 5 CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN SOCIAL.....	111
CUADRO 6 IMPACTO AMBIENTAL	111

Índice de Ilustraciones

ILUSTRACIÓN 1	ACTIVIDAD ECONÓMICA – CIIU4	15
ILUSTRACIÓN 2	CARACTERÍSTICAS DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA	17
ILUSTRACIÓN 3	DEMANDA INTERNACIONAL DE HONGOS COMESTIBLES	45
ILUSTRACIÓN 4	DEMANDA INSATISFECHA	48
ILUSTRACIÓN 5	CANAL DE DISTRIBUCIÓN DE AGRO HONGOS E.I.R.L.....	50
ILUSTRACIÓN 6	MAPA DE LA PLANTA AGRO HONGOS E.I.R.L.....	52
ILUSTRACIÓN 7	PICTOGRAMAS (ISO 7000)	56
ILUSTRACIÓN 8	ROTULADO Y MARCADO DEL EMPAQUE DE EXPORTACIÓN DE AGRO HONGOS E.I.R.L.....	57
ILUSTRACIÓN 9	UNITARIZACIÓN DE LA CARGA.....	58
ILUSTRACIÓN 10	CONTENEDORIZACIÓN.....	59
ILUSTRACIÓN 11	CONTENEDORIZACIÓN	60
ILUSTRACIÓN 12	CADENA DE DFI	61
ILUSTRACIÓN 13	CADENA LOGÍSTICA DE ABASTECIMIENTO.....	62
ILUSTRACIÓN 14	TRÁNSITO PERÚ - BRASIL.....	64
ILUSTRACIÓN 15	INCOTERM CIP.....	66
ILUSTRACIÓN 16	FLUJOGRAMA DE GESTIÓN ADUANERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL	83
ILUSTRACIÓN 17	VALIDACIÓN DE DATOS POR PARTE DE SIGAD.....	84
ILUSTRACIÓN 18	FLUJOGRAMA DE GESTIÓN DE LAS OPERACIONES DE EXPORTACIÓN DE AGRO HONGOS E.I.R.L	86
ILUSTRACIÓN 19	FLUJOGRAMA DE GESTIÓN DE LAS OPERACIONES DE PRODUCCIÓN.....	89
ILUSTRACIÓN 20	ACOPIO DEL HONGO.....	90
ILUSTRACIÓN 21	SELECCIÓN DEL HONGO Y CLASIFICACIÓN	90
ILUSTRACIÓN 22	SECADO NATURAL Y ARTIFICIAL	92

Índice de Tablas

TABLA 1 ASIGNACIÓN DEL PERSONAL	18
TABLA 2 GRAVÁMENES VIGENTES PARA LOS HONGOS COMESTIBLES.....	26
TABLA 3 IMPORTACIÓN DE HONGO COMESTIBLE DE LOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA Y CARIBE	28
TABLA 4 CRIBAS PARA EL OPERADOR LOGÍSTICO	65
TABLA 5 INVERSIÓN DEL PLAN DE EXPORTACIÓN DE HONGOS SUILLUS LUTEUS DESHIDRATADOS	68
TABLA 6 COSTOS FIJOS DEL PLAN DE EXPORTACIÓN DE HONGOS SUILLUS LUTEUS DESHIDRATADOS.	70
TABLA 7 MANO DE OBRA DEL PLAN DE EXPORTACIÓN DE HONGOS SUILLUS LUTEUS DESHIDRATADOS.	71
TABLA 8 COSTOS VARIABLES DEL PLAN DE EXPORTACIÓN DE HONGOS SUILLUS LUTEUS DESHIDRATADOS	71
TABLA 9 CÁLCULO DE LA PLANILLA DE SUELDO DE JEFE DE PRODUCCIÓN.....	72
TABLA 10 CÁLCULO DEL SUELDO DE OPERARIOS	72
TABLA 11 COMPONENTES DE BENEFICIOS DEL RÉGIMEN ESPECIAL	73
TABLA 12 CÁLCULO DE LA PLANILLA DE SUELDO DEL GERENTE GENERAL	74
TABLA 13 PLANILLA DE SUELDO DEL JEFE COMERCIAL.	75
TABLA 14 PRECIO DE LA COMPETENCIA	75
TABLA 15 CÁLCULO DEL PRECIO POR PORCENTAJE DE UTILIDAD	75
TABLA 16 ÍTEMS DE LA COTIZACIÓN INTERNACIONAL PROPUESTA DE AGRO HONGOS E.I.R.L.....	76
TABLA 17 VALIDACIÓN DE DATOS POR PARTE DE SIGAD	84

TABLA 18	INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	93
TABLA 19	INVERSIÓN INTANGIBLE	94
TABLA 20	CAPITAL DE TRABAJO	95
TABLA 21	INVERSIÓN TOTAL	95
TABLA 22	ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	96
TABLA 23	INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	96
TABLA 24	INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	97
TABLA 25	CAPITAL DE TRABAJO	98
TABLA 26	CRÉDITO BANCARIO	99
TABLA 27	PRESUPUESTO DE COSTOS FIJOS	100
TABLA 28	PLANILLA DE REMUNERACIONES	100
TABLA 29	PRESUPUESTO DE COSTOS VARIABLES	101
TABLA 30	PUNTO DE EQUILIBRIO	101
TABLA 31	PRESUPUESTO DE INGRESOS	105
TABLA 32	PRESUPUESTO DE EGRESOS	106
TABLA 33	FLUJO DE CAJA (ECONÓMICO Y FINANCIERO)	107
TABLA 34	ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS	108
TABLA 35	EVALUACIÓN ECONÓMICA	109
TABLA 36	EVALUACIÓN FINANCIERA	110
TABLA 37	COSTO DEL CAPITAL DE TRABAJO	112
TABLA 38	CUADRO DE RIESGO DEL TIPO DE CAMBIO	113

RESUMEN EJECUTIVO

El Hongo comestible es un producto altamente nutritivo y poco conocido en el Perú. Perú inicio sus exportaciones de hongo comestible hace no más de 5 años, siendo el principal productor el distrito de Incahuasi en Ferreñafe. El hongo comestible es un producto que no es muy llamativo, pero si es muy rentable, es por ello por lo que sí se sabe hacer una inversión con este producto es muy probable que el resultado sea bastante positivo. Este producto esta caracterizado por ser un producto natural y con una infinidad de beneficios para la salud, tiene una amplia cantidad de vitaminas e incluso algunos lo utilizan como producto medicinal, por ello responde a la tendencia de productos naturales y saludables para el consumo diario.

Es por ello por lo que el presente plan de negocios tiene como fin evaluar la factibilidad de exportación de este producto del distrito de Incahuasi, y para ello es importante también escoger un óptimo mercado de destino, por ello después de un largo análisis se eligió a Sao Paulo la ciudad de Brasil como mercado destino. Teniendo como segmento objetivo, el segmento Horeca (hoteles, restaurantes y casinos). En el siguiente plan se utilizarán diferentes capítulos o módulos para de manera específica explicar cómo se va formando la empresa y realizando un análisis de mercado y financiero se mostrará lo rentable que será la exportación de hongos comestibles.

1. - ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

Para la estructura del plan se utilizó el modelo canvas, este modelo es una estructura de todo el plan representado en una sola hoja, se encarga de analizar y crear el modelo de negocio de forma simplificada utilizando los principales aspectos en los que se ve inmerso el negocio. Este cuadro se encuentra adjunto en el Anexo N°1 del plan de negocio.

2. - ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. Nombre o razón social

El nombre comercial de la empresa es Champifood y la razón social de la empresa es "Agro hongos E.I.R.L." Este nombre se definió tomando en cuenta el producto principal de exportación de la empresa, el hongo comestible. Este producto será vendido al mercado brasileño sin una marca, debido a que se venderá como materia prima al canal horeca del mercado de Sao Paulo, Brasil. Y para la razón social se escogió una E.I.R.L, porque la empresa solo contará con un socio o aportante, es decir con una sola persona jurídica y con patrimonio propio.

Por otro lado, una vez elegido el nombre, se prosiguió a realizar la búsqueda en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP) para confirmar que el nombre de la empresa esté disponible y una vez confirmada la disponibilidad se procede a la inscripción.

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

La clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) es la clasificación internacional de referencia de las actividades económicas productivas. El propósito principal de la CIIU es ofrecer un conjunto de categorías de actividades productivas que se pueda utilizar cuando se diferencian las estadísticas de acuerdo con esas actividades. La actividad económica de la empresa Agro Hongos será la exportación de hongos comestibles por lo que la codificación internacional para dicha actividad es la 4630, venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco.

Ilustración 1 Actividad Económica – CIU4

CIU4	Descripción	Incluye	No Incluye
4630	Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco.	Esta clase comprende las siguientes actividades: - Venta al por mayor de frutas, legumbres y hortalizas. - Venta al por mayor de productos lácteos. - Venta al por mayor de huevos y productos de huevo. - Venta al por mayor de aceites y grasas comestibles de origen animal o vegetal. - Venta al por mayor de carne y productos cárnicos. - Venta al por mayor de productos de la pesca. - Venta al por mayor de azúcar, chocolate y productos de confitería. - Venta al por mayor de productos de panadería. - Venta al por mayor de bebidas. - Venta al por mayor de café, té, cacao y especias. - Venta al por mayor de productos de tabaco. Se incluyen también las siguientes actividades: - Compra de vino a granel y embotellado sin transformación. - Venta al por mayor de piensos para animales domésticos.	No se incluye la mezcla de vinos o licores destilados; véanse las clases 1101 y 1102.

Fuente: INEI – Instituto Nacional de estadística e informática

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

Debido a que la empresa se dedicará a la comercialización (compra y venta del producto) solo será necesario contar con un almacén, dicho almacén contará con un pequeño cuarto que servirá como oficina y estará ubicado cerca de la zona de producción de hongos. El almacén de la empresa Agro Hongos se encontrará localizado en el distrito de Incahuasi, en la provincia de Ferreñafe, la cual está ubicada en el departamento de Lambayeque. El almacén servirá de para cuidar el producto y evitar alguna pérdida o robo, también se utilizará como el lugar de acopio y embalaje para que luego pueda ser exportado sin problemas.

Una vez elegida la dirección donde se establecerá el almacén, se procederá a tramitar los respectivos documentos para el funcionamiento de la empresa. Los documentos que se tendrán que solicitar serán:

- La licencia municipal para el funcionamiento, dicha licencia deberá ser tramitada en la municipalidad donde se establecerá la empresa, es decir en la municipalidad de Incahuasi.

- La autorización sectorial también será solicitada al municipio de Ferreñafe con la finalidad de cumplir con todos los documentos necesarios.

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

Los objetivos de la empresa son:

- Convertir la empresa en el mayor exportador de hongo comestible en el Perú para el año 2025
- Exportar los hongos comestibles con una marca propia para el año 2025
- Aumentar el porcentaje de ventas en el mercado internacional, en al menos 40%, para el año 2023

Los principios de la empresa Agro Hongos E.I.R.L, son los siguientes:

- La satisfacción del cliente
- Cuidado del medio ambiente
- Responsabilidad con la comunidad
- Rentabilidad

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

La Micro y Pequeña Empresa está constituida por una persona natural o jurídica y tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando esta Ley se menciona la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente ley.

Como se muestra en la ilustración 2, la característica principal entre la Micro y la pequeña empresa es el volumen de ventas anual. La pequeña empresa tiene un

volumen de ventas anual de hasta 1700 UIT y por otro lado la microempresa debe tener un volumen máximo de ventas anual de 150 UIT. Cabe resaltar que el valor de la UIT para el año 2020 es de S/. 4300.00. Para empezar la empresa se constituirá como una microempresa debido a que el volumen de ventas no será muy elevado.

Ilustración 2 Características de micro y pequeña empresa

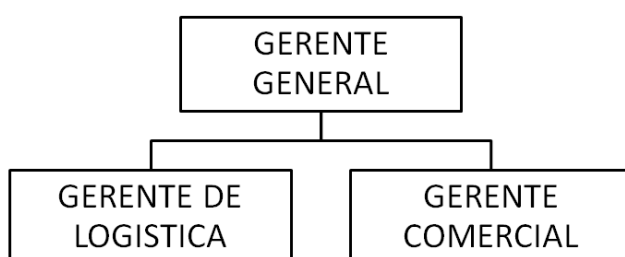
MICROEMPRESA	
NÚMERO DE TRABAJADORES	De uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive.
VENTAS ANUALES	Hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (*)

PEQUEÑA EMPRESA	
NÚMERO DE TRABAJADORES	De uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive.
VENTAS ANUALES	Hasta el monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (*)

Fuente: Sunat – Superintendencia nacional de administración tributaria

2.6. Estructura Orgánica

Cuadro 1 Estructura orgánica de AGRO HONGOS E.I.R.L



Fuente: Elaboración Propia

La empresa Agro hongos E.I.R.L. tendrá como know how la comercialización de productos agrícolas. El principal producto para comercializar será el hongo comestible, el proceso básicamente será comprar el producto y ofrecerlo a un cliente en el mercado exterior, con la documentación necesaria. Para este proceso

se necesitará contar con 2 áreas principales, el área de logística y el área comercial; dichas áreas estarán bajo el mando de 1 gerente por área.

El gerente general será el único accionista y él tendrá bajo su mando a los gerentes del área logística y del área comercial.

- Área logística: se encargará de todo el proceso, esto quiere decir se encargará desde la obtención del producto (almacén y control de inventarios) con el proveedor hasta que el comprador ya tenga su producto (transporte, embalaje). También se encargará de la logística inversa con la finalidad de que haya una retroalimentación y una mejora constante.
- Área comercial: esta área se encargará de gestionar la compra y venta del producto, con la finalidad de que siempre se tenga la disponibilidad de producto de calidad. La principal función será la búsqueda de los clientes internos, es decir, búsqueda tanto de compradores como de proveedores. A su vez se encargará de llevar toda la documentación necesaria para que el proceso de compra y venta se realice sin problemas.

2.7. Cuadro de asignación de personal

Se hará una asignación de personal donde estarán los salarios que el personal va a percibir.

Tabla 1 Asignación del Personal

PERSONAL	ÁREA	SALARIO
Gerente General	Gerencia	S/. 4 445.88
Jefe de Producción	Producción	S/. 3 008.48

Operarios (6)	Producción	S/. 6 831.25
Jefe comercial	Comercial	S/. 3 008.48

Fuente: Elaboración propia

2.8. Forma Jurídica Empresarial

Al ser Agro Hongos una empresa que solo se encargará de la compra y venta de un producto, se cree necesaria solo la participación de un socio el cual invertirá capital mixto es decir propio y bancario. Debido a que la empresa solo contará con un socio o aportante la forma jurídica empresarial será la de un empresario individual de responsabilidad limitada (E.I.R.L).

2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

El hongo comestible será exportado en sacos en contenedores como materia prima por ello no se ha considerado necesario colocarle una marca. El producto será exportado con marca blanca para que el cliente en el extranjero se encargue de transformarlo en un producto final.

2.10. Requisitos y Trámites Municipales

Para la obtención de la Licencia de Funcionamiento Definitiva, todo solicitante deberá cumplir con los siguientes requisitos generales:

- Presentar el Formulario de Tramite Interno (FTI) - Gratuito
- Presentar el Formulario Único de Licencia (FUL) debidamente llenado por el solicitante – Gratuito.
- Pagar las tasas municipales correspondientes. Pequeñas Bodegas. S/. 25.00 en caso de habitación.

- Copia simple del DNI y/o Carné de Extranjería, en caso de personas naturales o del representante legal en caso de personas jurídicas.
- Copia simple del número del RUC en el caso que se hubiese tramitado.

Respecto a las autorizaciones sectoriales La Municipalidad Provincial de Ferreñafe sólo podrá exigir las autorizaciones sectoriales correspondientes como requisito previo para el otorgamiento de la Licencia Municipal de Funcionamientos solicitada. Según la actividad de la empresa nos regiremos a lo siguiente: Elaboración Industrial de Alimentos y bebidas, consultorios médicos, asistenciales, clínicas y hospitales privados, Institutos médicos o de salud, centro de apoyo médico, servicios de apoyo, diagnóstico y terapéutico, servicios de traslado de pacientes, centros de atención a adictos, comunidades terapéutica, cementerios, crematorios, laboratorios, afines y para ello la autorización será una copia Fedateada de la autorización otorgada por el Municipio o Ministerio de Salud por el local que solicita.

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

Según (gob.pe, 2019) los regímenes tributarios son las categorías bajo las cuales una Persona Natural o Persona Jurídica que posee o va a iniciar un negocio debe estar registrada en la SUNAT. El régimen tributario establece la manera en la que se pagan los impuestos y los niveles de pagos de estos. Puedes optar por uno u otro régimen dependiendo del tipo y el tamaño del negocio.

La empresa Agro Hongos E.I.R.L. necesitará de un RUC, el cual se puede obtener de 3 maneras; por internet, usando el sistema de intermediación digital o el que es de manera presencial. Se eligió la modalidad que hace uso del internet, para ello

primero se tiene que hacer una preinscripción través de SUNAT Virtual (www.sunat.gob.pe.) y sólo se requiere contar con DNI.

Según (SUNAT, 2019) los pasos para obtención del RUC son los siguientes:

1. Selecciona en "Mis Accesos Directos", la opción: Inscripción en el RUC.
2. Completa los datos que el sistema le solicita.
3. Imprime tu Constancia de Información Registrada (CIR).
4. Acércate a cualquier Centro de Servicios al Contribuyente (CSC) cercano a tu domicilio, o a la dependencia de la SUNAT que corresponda al domicilio fiscal que has informado en tu inscripción, portando lo siguiente: Requisitos para personas naturales, sociedad conyugal o sucesión indivisa.
5. Indica al personal de SUNAT que ha realizado su inscripción al RUC por Internet, para recibir una atención preferente.
6. Al momento de activar tu RUC, pide tu Código de usuario y Clave de acceso (Clave SOL), que te permitirá realizar diversos trámites a través de Internet, tales como: pagar y presentar tus declaraciones, pedir autorización de impresión de comprobantes de pago a través de imprentas conectadas a este sistema, entre otros.

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

Según (SUNAT, 2019) Se denomina PLAME a la Planilla Mensual de Pagos, segundo componente de la Planilla Electrónica, que comprende información mensual de los ingresos de los sujetos inscritos en el Registro de Información Laboral (T-REGISTRO), así como de los Prestadores de Servicios que obtengan rentas de 4ta Categoría; los descuentos, los días laborados y no laborados, horas ordinarias y en sobretiempo del trabajador; así como información correspondiente

a la base de cálculo y la determinación de los conceptos tributarios y no tributarios cuya recaudación le haya sido encargada a la SUNAT.

Para ingresar al PDT PLAME usted podrá autenticarse “con clave SOL” o “sin clave SOL”. La empresa Agro Hongos hará uso del PLAME con su clave de sol debido a que según (SUNAT, 2019) si ingresa con clave SOL, el aplicativo habilita las opciones para sincronizar datos del empleador, así como sincronizar datos de trabajadores, pensionistas, personal en formación y personal de terceros (en adelante prestadores), con los datos del T-REGISTRO. La sincronización se realiza del T-REGISTRO al PDT, y permite obtener la información necesaria para elaborar su declaración.

La empresa tendrá que registrar a todos sus trabajadores en el sistema, en este caso serán 3 personas, el gerente general, el gerente del área de logística y el gerente del área comercial.

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral

La empresa Agro hongos E.I.R.L se acogerá al régimen laboral especial, según (La SUNAT, 2019) los trabajadores pertenecientes al régimen laboral especial tendrán los siguientes derechos:

- ✓ Remuneración Mínima Vital (RMV)
- ✓ Jornada de trabajo de 8 horas
- ✓ Descanso semanal y en días feriados
- ✓ Remuneración por trabajo en sobretiempo
- ✓ Descanso vacacional de 15 días calendarios
- ✓ Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)

- ✓ Cobertura Previsional
- ✓ Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración).

2.14. Modalidades de Contratos Laborales

Según (Dario Gestión, 2018) existen 3 modalidades de contratos en el Perú: contrato a plazo indeterminado, contrato a plazo fijo y contrato a plazo parcial.

En el contrato de plazo indeterminado, no necesariamente debe haber un contrato escrito, sino que simplemente si al trabajador se le registra en planilla de la empresa, ya es un contrato laboral. No se sabe cuándo va a terminar ya que está diseñado para durar un largo tiempo

El contrato a plazo fijo, Solamente se va a poder hacer un contrato a plazo fijo en los casos en los que la ley habilite. Hay 9 casos en los que está permitido, además del régimen especial de exportación no tradicional que es como un décimo caso.

Y el contrato a plazo parcial, estos se celebran cuando la jornada de trabajo no supera las seis horas diarias.

La empresa tendrá el contrato indeterminado debido a que no se sabe cuándo va a terminar y es mejor llevar un buen clima organizacional con sus trabajadores, dándole una seguridad de que siempre van a contar con un trabajo.

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas

La empresa solo contará con un único accionista o socio es por ello por lo que se ha considerado que sea registrada como una E.I.R.L. El accionista para poder

realizar la inversión recurrirá a su capital propio y en parte capital por un préstamo que le otorgará el banco, se podría decir que ser un aporte mixto de un único socio.

3. - PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

EXPORTACION

3.1.- Descripción del producto

Los hongos comestibles se han caracterizado por ser productos que contienen un alto valor nutricional. El nombre científico del producto es el *Boletus Luteus*. Estos productos primarios cuentan con fibra, proteínas, vitaminas y minerales los cuales contribuyen a una vida más saludable. Los hongos comestibles tienen del 19 al 35% de proteínas aprovechables en peso seco, en comparación con la mayoría de las frutas y hortalizas, que tienen entre el 7.3 al 13.2%.

Las propiedades medicinales y nutricionales con las que cuentan los hongos comestibles no han sido muy conocidas en el mundo, lo que lo convierte en un producto innovador para estos tiempos. A pesar de ello el consumo de hongos ha venido en aumento, en el mundo son consumidas 25 millones de toneladas de hongos de 30 especies diferentes, la tendencia es que entre más se conozcan las propiedades de los hongos, más aumentará su consumo, siendo esta una relación directamente proporcional.

El producto por exportar será el hongo comestible, se exportará en sacos como un producto seco y sin marca con la finalidad de que el comprador se encargue de transformarlo y ofrecerlo en el producto final que él crea conveniente.

3.1.1 Clasificación arancelaria

La partida arancelaria de los hongos comestibles es la: 0712390000. Esta partida pertenece al capítulo 7 de la sección II.

La descripción de esta mercancía es: Las demás hortalizas; secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación.

Tabla 2 Gravámenes vigentes para los hongos comestibles

TIPO DE PRODUCTO:		LEY 29666-IGV 20.02.11
	Gravámenes Vigentes	Valor
Ad / Valorem		6%
Impuesto Selectivo al Consumo		0%
Impuesto General a las Ventas		16%
Impuesto de Promoción Municipal		2%
Derecho Específicos		N.A.
Derecho Antidumping		N.A.
Seguro		1%
Sobretasa Tributo		0%
Unidad de Medida:		(*)
Sobretasa Sanción		N.A.

Fuente: SUNAT

3.1.2 Propuesta de valor

Para la propuesta de valor se ha tomado en cuenta 2 puntos; las características netas con las que cuenta el producto en sí y las certificaciones que en países extranjeros son considerados importantes.

Debido a que el producto irá dirigido a clientes que estén enfocados en el rubro de salud y bienestar físico, es importante resaltar que este producto cuenta con alto contenido proteico y es rico en minerales como hierro, calcio, fósforo, potasio y vitaminas de complejo B y C; también comprende un bajo número de calorías lo cual lo hará un producto muy beneficioso para las personas enfocadas en la vida saludable, que es la tendencia en los últimos tiempos.

Por otro lado, este producto que se exportará contara entre sus certificados, con el Precio Justo o Fair trade, esta certificación es básicamente una alternativa al comercio convencional y tiene como base la cooperación entre productos y

consumidores. El mercado extranjero siempre ve más llamativo los productos con más certificaciones y más aún si dicha certificación beneficiará a pequeños productores.

Para la propuesta de valor también se utilizó el lienzo de la propuesta de valor y gracias a esta herramienta, se pudo definir la propuesta de valor de manera más precisa. El producto que se ofrecerá tendrá la función de darle a sus clientes variedades saludables en su producto para el consumidor final, así también harán un producto con un sabor agradable, con un bajo precio y con él pueden un costo elevado si se sirve en presentación gourmet.

3.1.3 Ficha técnica comercial

Cuadro 2 Ficha técnica del producto

FICHA TÉCNICA: HONGO COMESTIBLE		
Nombre comercial	Hongo comestible	
Nombre científico	Boletus luteus	
Partida arancelaria	712390000	
Origen	Perú	
Características	Color	café oscuro
	Sabor	dulce afrutado
	Olor	suavemente afrutado
	Apariencia	Carnosa
	Humedad	menor a 13.5%
	Impurezas	menor a 0.5%
Calidad	cumple con las exigencias del cliente	
Envase	sacos de doble papel	



Fuente: Elaboración propia

3.2.- Investigación del Mercado de Objetivo

3.2.1 Segmentación de mercado objetivo

Para la segmentación de mercado se cree conveniente analizar las importaciones de hongo comestible de los últimos 5 años. La empresa empezará exportando a un país cercano y para la elección de dicho país se analizará los principales importadores de hongo comestible de América latina y el caribe. Para poder realizar este análisis es necesario recurrir a las páginas que brindan información con gráficos, mapas y estadísticas sobre las importaciones y exportaciones a nivel mundial, una de estas páginas muy conocida es TradeMap. Trade Map brinda en forma de tablas, gráficos y mapas - indicadores de desempeño exportador, de demanda internacional, de mercados alternativos y de mercados competitivos, así como un directorio de empresas importadoras y exportadoras.

3.2.1.1 Principales Importadores de hongo comestible.

En la siguiente tabla se podrá observar de forma más precisa las importaciones de hongo comestible de los países pertenecientes a América latina y el caribe, en los últimos 5 años.

Tabla 3 Importación de hongo comestible de los países de américa latina y caribe

Importadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
Brasil	56000	61810	64899	38523	42040
México	28770	31768	37625	31560	27086
Chile	12940	13022	12876	11584	11440
Guatemala	11282	11263	12614	9981	9747
Argentina	8828	10771	12251	7247	7146
República Dominicana	7555	8072	9479	7731	6694

Colombia	5206	5853	6254	6180	5128
----------	------	------	------	------	------

Fuente: Trade Map

Como se puede observar en la tabla anterior Brasil es el principal importador del producto que se va a ofrecer lo cual lo hace atractivo como cliente. Es por ello por lo que se ha escogido este país, con la finalidad de encontrar clientes potenciales y beneficiarnos de los acuerdos comerciales que se tienen con este país.

3.2.1.2 Principales exportadores de hongo comestible

Entre los principales exportadores de hongo comestible se encuentran China, Estados Unidos de América, Países Bajos, Alemania, India y Polonia. En la siguiente tabla se podrá observar el orden de los países con los valores importados anuales.

Tabla 4 Exportaciones de hongo comestible

Exportadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
China	2811541	3242249	3980009	4021445	2939775
Estados Unidos de América	220397	223539	225039	206208	208876
Países Bajos	105828	147093	167694	178576	177566
Alemania	171555	191099	200924	179869	168212
India	148814	154060	148595	129785	151615
Polonia	76603	80740	82105	92105	93411

Fuente: Trade Map

3.2.1.3 Exportaciones de hongos comestibles del Mercado Peruano

El Perú ha sido un bajo exportador de hongo comestible debido a que muchas personas no conocen el potencial que tiene este producto y no sacan provecho de ello. Pero dentro de las bajas exportaciones ha tenido como principal comprador al país alemán y seguido de este, Brasil. Es por ello por lo que la empresa Agro Hongos E.I.R.L. eligió a Brasil con la finalidad de empezar a incrementar las exportaciones a este país y que tal vez en un futuro desplace o este a la par de Alemania.

Tabla 5 Exportaciones peruanas de hongos comestibles

Importadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
Alemania	5110	5420	5284	5701	6460
Brasil	2190	855	946	822	1225
Francia	308	469	295	699	951
Ecuador	1097	902	1016	1362	823
Argentina	412	526	243	198	571
Estados Unidos de América	1280	648	319	326	426

Fuente: Trade Map

3.2.1.4 Pre – selección del mercado

En base a las tablas anteriores de las importaciones de América latina y el caribe y exportaciones peruanas se tomarán 3 posibles mercados objetivos; Brasil, Argentina y Chile; de los cuales 1 quedará como mercado objetivo. Y para realizar la elección del mercado objetivo al cual se quiere llegar, se utilizará una herramienta muy conocida e importante al momento de escoger un mercado objetivo, la matriz de ponderaciones. En esta matriz se considerarán aspectos muy importantes como la población, tasa de inflación, crecimiento del PBI, riesgo país, barreras arancelarias, preferencias arancelarias, PBI, idioma, tasa de desempleo; y todos estos criterios para el año 2019.

Tabla 6 Matriz de ponderación

CRITERIOS	BRASIL	ARGENTINA	CHILE
Población 2019	211.715.973	45.479.118	18.186.770
Tasa de inflación 2019	4.31%	53.80%	3%
Crecimiento del PBI 2019	1.10%	-2.20%	1.10%
	S. política: estable	S. política: estable	S. política: relativamente estable
Riesgo país 2019	Economía interna: regular-estable	Economía interna: desfavorable-positiva	Economía interna: regular-negativa
	Economía externa: favorable-estable	Economía externa: regular-positiva	Economía externa: favorable-estable
Barreras arancelarias	10.00%	10%	6%
Preferencias arancelarias	0%	0%	0%
PBI	\$ 1.84 billón	\$ 432.241 millones	\$ 475.964 millones
Idioma	Portugués	Español	Español

Tasa de desempleo	12.30%	9.70%	7%
-------------------	--------	-------	----

Fuente: Elaboración propia en base a TradeMap, CIA, CESCE, Macmap y SICCEX

Según los datos de la tabla 6, se pueden analizar datos relevantes con la finalidad de elegir la mejor opción como país destino. Según los datos, se podría considerar a Brasil como la mejor opción debido a que tiene un mejor PBI y tiene un riesgo país más estable.

Cuadro 3 Criterios de selección

CRITERIOS	Nivel de importancia	Brasil	Puntaje	Argentina	Puntaje	Chile	Puntaje
Población 2019	15%	4	0.6	3	0.45	1	0.15
Tasa de inflación 2019	7%	5	0.35	1	0.07	4	0.28
Crecimiento del PBI 2019	7%	0.03	0.0021	1	0.07	3	0.21
Riesgo país 2019	15%	5	0.75	3	0.45	5	0.75
Barreras arancelarias	15%	4	0.6	4	0.6	5	0.75
Preferencias arancelarias	11%	5	0.55	5	0.55	5	0.55
PBI	15%	5	0.75	2	0.3	3	0.45
Idioma	5%	3	0.15	5	0.25	5	0.25
Tasa de desempleo	10%	2	0.2	3	0.3	4	0.4
TOTAL	100%		3.9521		3.04		3.79

Fuente: Elaboración propia en base a TradeMap, CIA, CESCE, Macmap y SICCEX

En el cuadro número 3 se ha considerado un puntaje donde el número 1 es muy malo y el número 5 es muy bueno. Según dicho análisis se puede observar que los mejores destinos para exportar son Chile y Brasil, pero en base a los criterios tomados por la empresa Agro Hongos E.I.R.L. la mejor opción sería Brasil por tener un mejor y estable PBI; y contar con un menor riesgo país.

3.2.1.5 Segmentación de mercado objetivo macro

Para la segmentación del mercado objetivo a nivel macro se tomará en cuenta la información básica y general de Brasil.

Cuadro 4 Información básica y general de Brasil

Nombre oficial	República federativa de Brasil
Capital	Brasilia
Superficie	8.515.770 km ²
Número de habitantes	211.049.527
Presidente	Jair Bolsonaro
Forma de gobierno	Es una república federal basada en la democracia parlamentaria. La constitución de Brasil otorga poderes importantes al gobierno.
Unidad monetaria	Real brasileño (BRL)
Idiomas	El idioma es portugués. Inglés es la primera lengua extranjera que se habla en Brasil. Generalmente las personas pueden comprender el español
Religión	Libertad de cultos. Católica (64,63%), Evangélica (22,16%), Espíritas (2%), sin religión (8%). La población indígena y de origen africano mantiene algunos de sus cultos

Elaboración: Propia

Fuente: Santander

Geografía

Según (La oficina de información diplomática, 2020) Existen seis regiones con características geográficas y climáticas muy distintas: 1) el norte o región amazónica, bajo, llano, húmedo y cálido, con densas selvas, grandes ríos y enormes reservas minerales y madereras; 2) el norte medio; 3) el noreste, regularmente elevado (de 300 m a 1.000 m), incluye las cantigas o zonas semidesérticas de espinos y cardos, y sufre devastadoras sequías; 4) el este, de tierras fértiles y muy ricas en minerales (hierro, sobre todo), terreno quebrado y pequeñas montañas; 5) el sur, de clima moderado y gran producción agrícola (café, cacao, caña de azúcar, soja), ganadera e industrial, tiene una angosta zona baja y húmeda en la costa, y mesetas de 800 m a 900 m de altitud más al oeste; 6) el

oeste central, con la llanura del Paraguay Paraná, que se une con la Amazonia hacia el norte. Brasil no es país montañoso; apenas un 3% del territorio está a más de 900 m sobre el nivel del mar.

Economía

Según (La oficina de información diplomática, 2020) Brasil es la novena economía del mundo por volumen de PIB (unos 2,01 billones de dólares a precios corrientes en 2018, tipo de cambio 3,2 reales por dólar), por detrás de USA, China, Japón, Alemania, Reino Unido, India, Francia e Italia.

La economía de Brasil se ha convertido en una de las principales del mundo, a partir de 2003, propiciado por un incremento del volumen y precio de la demanda internacional de materias primas, básicamente minerales, petróleo, carbón, y carne que fue acompañado de la entrada de nuevos capitales y un conjunto de reformas estructurales. Se consiguió así alcanzar una mayor estabilidad macroeconómica y una reducción de los niveles de pobreza, con una expansión de los programas de asistencia social para los pobres.

Importaciones

En la siguiente tabla se puede observar las importaciones de hongos comestibles, de los últimos 5 años, que realizó el mercado brasileño. El Perú se encuentra en el sexto lugar como proveedor de hongos comestibles a dicho mercado.

Tabla 7 Importaciones de hongos comestibles del mercado brasileño

Exportadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
China	41716	45686	45418	23210	22171
India	5609	7139	6762	7328	9783

Turquía	1413	1565	2098	1260	2423
Egipto	1364	2298	3016	2422	2149
Estados Unidos de América	1075	524	3037	1060	1804
Perú	2133	893	966	870	1271
España	730	775	1137	795	1115
Italia	390	359	386	288	346

Fuente: Trade Map

Nivel de competitividad

Brasil ha obtenido 60,93 puntos en el Índice de Competitividad de 2019, publicado por el Foro económico Mundial, que mide cómo utiliza un país sus recursos y capacidad para proveer a sus habitantes de un alto nivel de prosperidad. Ha mejorado su puntuación respecto al informe del año anterior en el que obtuvo 59,51 puntos.

Está en el puesto 71 del ranking de competitividad mundial, de los 141 países analizados. Ha mejorado en este último informe su situación, ya que en 2018 estaba en el puesto 72.

3.2.1.6 Segmentación de mercado objetivo micro

Ya se tiene el país destino para exportar el producto, ahora es conveniente elegir un mercado objetivo dentro de este país, es decir la ciudad a donde se irá. Para ello se ha analizado la cantidad población que habita dentro de las 5 ciudades más importantes de Brasil. Como se puede observar en la tabla 8 la ciudad más habitada y una de las más conocidas en Brasil es Sao Paulo con 11 316 149 habitantes lo cual la hace una ciudad atractiva para exportar nuestro producto.

Tabla 8 Ciudades más importantes de Brasil

Ciudad	Población
Sao Paulo	11.316.149
Rio de Janeiro	6.355.949

Salvador	2.921.087
Brasilia	2.609.997
Fortaleza	2.476.589

Elaboración Propia

Fuente: ONU

SAO PAULO

Población: Sao Paulo posee una población de 12.18 millones de habitantes. Posee 645 pueblos o ciudades más pequeñas

Clima: El clima es 47% tropical seco, 47% subtropical húmedo, 4% oceánico, 0.47% ecuatorial

Transporte: el coche es el medio de transporte por excelencia para los locales. Las políticas locales han favorecido desde hace décadas el uso del automóvil frente al transporte público; además, hay que tener en cuenta que la posesión de un vehículo es una muestra de poder económico en la sociedad de São Paulo.

3.2.1.5 Perfil del País – Brasil

Brasil es la República Federativa de Brasil es el quinto país más grande del mundo y por su población y extensión geográfica es el más grande de Latinoamérica. Es una de las economías más fuertes; las exportaciones en Brasil pertenecen principalmente al sector agropecuario, se destaca la participación de productos como la soya, la avena, la caña de azúcar, el café, entre otros productos, lo que representa más del 40% de las exportaciones del país, pero también el país se caracteriza por la exportación de minerales como hierro, oro, magnesio, níquel y cobalto y la producción de autos, aviones y barcos.

El costo de vida en Brasil es el más elevado de América Latina, esto debido al crecimiento del real frente al dólar americano. El salario promedio del país está entre 600 y 1400 dólares americanos (USD), aunque se pueden identificar grandes diferencias salariales en el país ya que hay un grupo significativo de personas con salarios por encima de los 5000 USD.

Perfil sociocultural

- ✓ El brasileiro espera construir primero una relación personal para garantizar que la relación laboral sea duradera.
- ✓ Es común que el brasileiro llegue tarde a sus reuniones.
- ✓ La forma como se saluda en Brasil es un apretón de manos en las reuniones formales y un beso en la mejilla en las reuniones informales (hay regiones del país donde el saludo son dos besos, uno en cada mejilla).
- ✓ En general los brasileños son poco protocolarios. La manera de identificarlos depende de la combinación de la edad y el rango el empresario tenga dentro de la compañía. Por ejemplo, se dice: “señor Gerdau” y no se utiliza “doctor” ni “ingeniero”. Si es una persona por debajo de los 50 años, dirigirse por el nombre también es correcto.

Perfil político

Brasil es una república federal en la que el poder ejecutivo está dictado por la presidencia como jefe de Estado y de gobierno, electo por 4 años. A su vez el poder legislativo está conformado por el Senado, constituido por la Cámara alta, sus representantes son elegidos por ocho años y la Cámara de

diputados como cámara baja, cuyos representantes son elegidos por cuatro años (Santander portaltrade, 2018).

Perfil tecnológico

Brasil es uno de los mayores países de Latinoamérica en inversión en tecnología de la información (TI), representa casi la mitad del mercado de TI en la región y es el 7º en el mundo. Prueba de esto es que más de la mitad de la población tiene acceso a internet según la Asociación Brasileña de Empresa de Software (ABES). Brasil para el año 2013 registró que más de la mitad de la población (105 millones de personas) tenían acceso a internet. El número de hogares con computador en Brasil está en aumento, para el año 2007 el porcentaje de hogares con acceso a un computador era del 26,5% y para el año 2011 este porcentaje aumentó al 42,9%, esto demuestra que el país cada vez se está accediendo más a los recursos tecnológicos. Según datos obtenidos del Comité Gestor de Internet en Brasil (2016) el porcentaje de población con computador en el área urbana contra el área rural tiene una brecha significativa ya que en el área urbana hay un 54% de personas que poseen un computador contra el 25% de personas con computador en el área rural.

3.2.2 Tendencias de consumo

Alimentos y bebidas

Según (Euromonitor, 2016) las tendencias de consumo en alimentos y bebidas en el mercado brasilero son:

- ✓ Los alimentos de fácil consumo y convenientes serán los principales referentes para el brasilero (particularmente los que llevan un estilo de vida

moderno), ya que exhiben un mejor perfil nutricional y son de fácil preparación y almacenamiento con aporte para la dieta y salud. En ese sentido, los productos naturales calzan perfectamente con esta tendencia.

- ✓ A causa de la condición económica actual en el país, una importante proporción de consumidores brasileños preferirán prepararse sus propios alimentos sin salir de casa, pero sin dejar de comer saludablemente. En consecuencia, la compra de alimentos naturales aún tiene mucho potencial de crecimiento en el mercado brasileño.
- ✓ El mercado de frutas y hortalizas se mantendría relativamente estable, considerando que la producción local podría verse afectada por factores climáticos, conllevando a la escasez y mayor importación de productos frescos, aumentando el costo de dichos productos. Por lo tanto, el consumo de frutas y hortalizas podría disminuir por el alza del precio y la estacionalidad del producto.
- ✓ En Brasil, el mercado de arándanos es impulsado mayormente por las importaciones, se estima que continuará con el mismo dinamismo en los próximos cinco años, dirigiéndose específicamente a un pequeño nicho de mercado, normalmente integrado por compradores de ingresos altos. De igual modo, existen otros alimentos frescos que registrarían un crecimiento sostenible, como la uva, lima, limón, manzanas, plátanos, fresas y ciruelas, principalmente.

Alimentos orgánicos

Según (Euromonitor, 2016) las tendencias de consumo en alimentos orgánicos en el mercado brasileño son:

- ✓ Los consumidores brasileños continuarán siendo cada vez más conscientes en su alimentación y optarían por adquirir productos orgánicos que les atribuya mayores beneficios para su salud, es así que para el período 2015 – 2020, se prevé que el mercado de alimentos orgánicos envasados en Brasil se mantenga en alza, con una tasa de crecimiento promedio anual de 9%.
- ✓ Considerando el alto precio de los alimentos orgánicos envasados, gran parte de los consumidores serían de la clase media alta y alta; no obstante, algunas empresas del subsector apuestan por reducir sus márgenes y ofrecer precios atractivos, como es el caso de la firma “Taeq”, principal gestor de esta acción.
- ✓ El mercado de aceites vegetales orgánicos registrará un nivel de crecimiento medianamente acelerado para los próximos años. Entre los productos que mostraron mayor actividad, destaca el aceite de oliva orgánica elaborado en el Estado de Minas Gerais.
- ✓ La oferta local de alimentos orgánicos envasados, en posteriores años, tendrá dificultades en el abastecimiento de ciertos ingredientes y presentaría problemas logísticos, dado que gran parte de ellos son suministrados por zonas regionales brasileñas con geografías accidentadas. Por lo tanto, se avizora una interesante oportunidad para los ingredientes naturales importados.

Prendas de vestir y confecciones

Según (Euromonitor, 2016) las tendencias de consumo en prendas de vestir y confecciones en el mercado brasileño son:

- ✓ Los consumidores priorizarán sus gastos, reduciendo sus compras o buscando artículos más baratos, con descuentos, promociones y a precios más bajos. En este contexto, muchos brasileros, especialmente jóvenes, preferirán comprar por internet porque ofrecen mejores ofertas, descuentos y un excelente servicio de entrega.
- ✓ Las principales empresas se concentrarán en mejorar sus plataformas de ventas online y empezarán a ofrecer envíos gratuitos cuando sobrepasen una cierta cantidad o devoluciones gratuitas.
- ✓ Las tiendas virtuales apostarán por seguir instalando tiendas de concepto físico, donde los clientes puedan probarse las prendas, para luego comprarlas por internet con el objetivo de que su adquisición sea más segura y permita crear una relación más cercana con sus clientes.
- ✓ La industria de moda rápida, conocida como “Fast Fashion” será una de las más prometedoras, ejerciendo un rol protagónico por sus continuas ofertas y promociones; por ello, se espera que logre consolidarse en el sector.
- ✓ En los próximos años las principales compañías del canal minorista seguirán liderando, en especial las tiendas Renner, C&A, Riachuelo, Alpargatas y Nike, las cuales mantendrán una estrategia de expansión por la línea de negocios.
- ✓ Las empresas minoristas que producen en grandes cantidades se verán en la necesidad de reducir sus costos de producción. Por lo que, es muy probable que comiencen a exportar, aprovechando la devaluación de la moneda brasilera frente al dólar americano.

- ✓ Los consumidores brasileños están empezando a preocuparse más por el medio ambiente, reafirmando la importancia de esta tendencia; por lo que las empresas del sector adecuarían su oferta, adoptando prácticas de sostenibilidad en el diseño de su negocio

Automotriz y autopartes

Según (Anfavea, 2015) las tendencias de consumo en automotriz y autopartes en el mercado brasileño son:

A pesar de que el escenario del sector automotriz en Brasil es negativo a causa de la reducción de las ventas, disminuyendo el nivel de producción. Para el año 2034 el número de automóviles en Brasil ascendería aproximadamente a 7,4 millones, con un número de licencias cercano a 95,2 millones y una población estimada de 226 millones de personas.

De acuerdo con un estudio realizado por Anfavea, es importante destacar el rol que desempeñaría el comercio electrónico para el mercado de autopartes durante los próximos años. Debido a la cantidad insuficiente de piezas que existe en el mercado, resulta cada vez más difícil conseguir una pieza o autoparte que se requiere, dado que no siempre el fabricante o distribuidor dispone de lo solicitado; a esto, se suma que también se puede agregar a la venta el servicio de mantenimiento, conforme a una investigación elaborada por la revista O Mecánico (2015).

Las nuevas tendencias que marcarán el futuro del mercado automotriz se encuentran: la adecuada gestión de la cadena de suministro sostenible (engloba la certificación ambiental, eficiencia energética y reciclaje de residuos), así como la

automatización, investigación y desarrollo de nuevos materiales de metal para la fabricación de automóviles, nuevas tecnologías, integración de sistemas y la valoración del talento humano.

De otro lado, cabe precisar que el volumen en el comercio de vehículos de segunda mano es considerable, por lo que, como una estrategia de diversificación, se podría redireccionar las partes y piezas a este mercado.

Después de haber analizado las tendencias de consumo en Brasil nos podemos dar cuenta de que este mercado es muy llamativo para ingresar con nuestro producto, ya que se puede ofrecer como un producto innovador que aporte muchos beneficios a las comidas del canal horeca de la ciudad Sao Paulo.

3.3.- Análisis de la oferta y la demanda

3.3.1 Análisis de la oferta

Para el análisis de la oferta será necesario recurrir al Tade Map y analizar los países que exportan hongos comestibles a nivel mundial. Para ello se puede analizar en la siguiente tabla:

Tabla 9 Países que exportan hongo comestible

Exportadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
China	2811541	3242249	3980009	4021445	2939775
Estados Unidos de América	220397	223539	225039	206208	208876
Países Bajos	105828	147093	167694	178576	177566
Alemania	171555	191099	200924	179869	168212
India	148814	154060	148595	129785	151615
Polonia	76603	80740	82105	92105	93411
Viet Nam	17232	15303	61219	177989	78598
Francia	74260	69162	75269	74513	74433
Turquía	72165	69445	68826	67828	67114
España	40245	41849	61846	56335	58315
Egipto	47471	42661	48450	44173	45295
Italia	52357	44266	49653	51401	45256
Bulgaria	13769	10719	12846	18801	40649

Tailandia	10282	10037	27466	42190	35124
Bélgica	29568	44766	46578	36385	33604
Hungría	23622	26171	27611	30361	28547

Fuente: Trade Map

Como se puede observar en la tabla 9 el principal país exportador de hongos comestibles es China, luego le sigue Estados Unidos, Países bajos, Alemania y la India. No hay una tendencia creciente, hay una tendencia de decrecimiento en el año 2018-2019.

También es necesario analizar a la competencia, es decir las empresas que están exportando el mismo producto, en la tabla siguiente se presentará a las 10 principales empresas exportadoras de hongo comestible a nivel mundial.

Tabla 10 Empresas que exportan hongo comestible (Nivel Global)

Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País	Ciudad
2188652 Ontario Inc	1	30	Canadá	Niagara On The Lake
A'AMAL AL KHAIR DATES FACTORY	1	33	Arabia Saudita	Riyadh
A. K. KOH ENTERPRISE SDN BHD	3	100	Malasia	Senai
A.L. Hoogesteger Fresh Specialist B.V. – Hoogesteger	2	101	Países Bajos	Zwanenburg
Abdo Deletioğlu - Abdo Deletioğlu Cold Stores	3	29	Turquía	Mersin
ABED ALAZIZ AL HAJ ALI EST	2	25	República Árabe Siria	Damascus
ADIL TRADERS	2	7	Pakistán	Khairpur
ADVANCE FLOUR COMPANY LIMITED	2	30	Tailandia	Chatuchak
AEO INTERNATIONAL FOOD CORPORATION	1	80	Filipinas	Talisay
AFD Processing Ltd	2	75	Canadá	Langley

Fuente: Trade Map

Como se puede apreciar en la tabla 10, la principal empresa exportadora con este producto es Ontario, una empresa ubicada en Canadá, en la ciudad del Niagara y cuenta con 30 empleados.

Por otro lado, también es necesario ver los competidores más cercanos, es decir las empresas del mercado peruano que exportan el producto, dichas empresas se pueden observar en la siguiente tabla.

Tabla 11 Empresas peruanas que exportan hongo comestible

Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País	Ciudad
Baumann Crosby S.A. - Baumann, Crosby S.A.	1	101	Perú	Tacna
Compania Agroindustrial Punta Del Sur S.R.L. - Caipsur S.R.L.	2	22	Perú	Lima
Corporacion Doral S.A.C.	3	15	Perú	Lima
CRUZCO ORGANICS S.A.C.	1	0	Perú	Piura
GRUPO ORGANICO NACIONAL S.A.	1	6	Perú	Lima
MARIGOLD S.A.	1	30	Perú	Lima
Omniagro S.A.	1	584	Perú	Lima
Peruvian Nature S & S S.A.C.	1	55	Perú	Lima
Procesadora Agroindustrial La Joya S.A.C. - Sucursal La Joya	2	0	Perú	Arequipa
Ruiz Tataje, Leslie Paola - B&kh Laboratorio Farmacéutico	1	1	Perú	Lima
SERVICIOS AGROINDUSTRIALES DEL PERU SAC	1	45	Perú	Lima
Sociedad Mercantil (Exportación) S.A. - Somerex S.A.	3	46	Perú	Callao

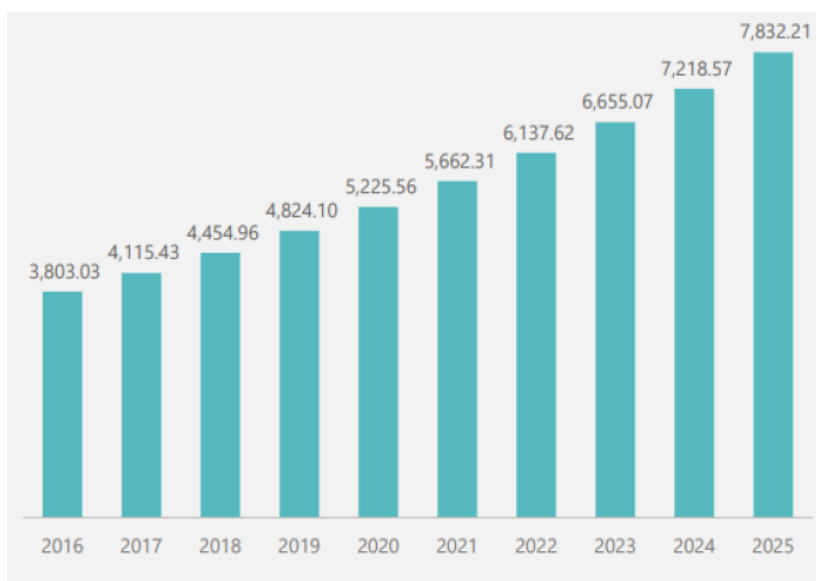
Fuente: Trade Map

Como se puede observar en la tabla 11, son 12 las empresas peruanas que exportan el hongo comestible a otros países, quieren decir que no es mucha la competencia y que la empresa Agro Hongos, puede unirse fácilmente a la exportación del mismo producto

3.3.2 Análisis de la demanda

Respecto a la demanda internacional de hongos comestibles se puede apreciar en la siguiente ilustración

Ilustración 3 *Demanda internacional de hongos comestibles*



Fuente: PormPerú

Según (PromPerú, 2020) El segmento de hongos destinados para la alimentación se encontró valorizado en \$ 4.8 mil millones y se proyecta que crezca 8.4% promedio anual hasta 2025.

Las tecnologías de cultivo moderno impulsan el crecimiento especialmente de las variedades portobello, shiitake, enokitake, y maitake.

Comercialmente hablando, los hongos son valorados por sus particulares sabores y sus beneficios funcionales. Por ejemplo, los hongos funcionales pueden ser consumidos como reemplazo de harinas de cereales, debido a que son ricos en fibra y como reemplazo de harina de trigo, debido a su alto contenido de glutamato.

Se ha notado que los hongos agregan propiedades beneficiosas a los quesos y algunos derivados de lácteos. Algunos estudios indican que podrían prevenir cáncer y trombosis.

La mayoría de los minoristas enfocados en hongos funcionales promociones en sus portafolios principalmente a la chaga, cordyceps, lion´s mane star y los hongos reishi.

Tabla 12 Países importadores de hongo comestible

Importadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
Japón	324102	335154	355173	340120	326934
Tailandia	97102	98048	142509	265743	308230
Alemania	271821	280715	287071	249810	225948
Estados Unidos de América	265199	293428	291944	284086	223989
Viet Nam	37626	43758	101675	236068	217043
Países Bajos	128534	155145	161750	158913	165827
Hong Kong, China	165201	121737	126225	240680	159495
Canadá	98465	107372	119054	106714	103842
Francia	106111	105960	117905	112027	102780
Reino Unido	96337	101964	107645	95904	91506

Fuente: Trade Map

Como se puede apreciar en la tabla 12, ahí se encuentran los 10 principales países importadores de hongo comestible de los últimos 5 años. Japón es el principal país importador de hongo comestible, seguido por Tailandia, Alemania, Estados Unidos de América.

Tabla 13 Países que importan hongo comestible del Perú

Importadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
Alemania	5110	5420	5284	5701	6460
Brasil	2190	855	946	822	1225
Francia	308	469	295	699	951
Ecuador	1097	902	1016	1362	823
Argentina	412	526	243	198	571
Estados Unidos de América	1280	648	319	326	426
Polonia	0	70	23	134	350
España	138	61	140	101	188
México	0	5	0	3	181
Bélgica	0	0	0	83	156
Chile	280	162	108	21	60

Fuente: Trade Map

En la tabla 13 respecto a los países que importan del Perú el hongo comestible se puede apreciar que el principal destino es Alemania, seguido de Brasil el país al cual exportará la empresa Agro Hongos.

Tabla 14 Importaciones de Brasil de hongo comestible

Exportadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
China	41716	45686	45418	23210	22171
India	5609	7139	6762	7328	9783
Turquía	1413	1565	2098	1260	2423
Egipto	1364	2298	3016	2422	2149
Estados Unidos de América	1075	524	3037	1060	1804
Perú	2133	893	966	870	1271
España	730	775	1137	795	1115
Italia	390	359	386	288	346
Hungría	491	612	585	198	247
Argentina	382	698	439	307	176

Fuente: Trade Map

Como se puede observar en la tabla el principal proveedor de hongos comestibles de Brasil es China y Perú se encuentra en el sexto lugar, dejando atrás a España.

Una vez evaluadas las tablas líneas arriba también se cree conveniente evaluar la brecha de la demanda insatisfecha con la finalidad de tener una mejor información acerca del mercado al que queremos llegar.

Tabla 15 Demanda insatisfecha de Brasil

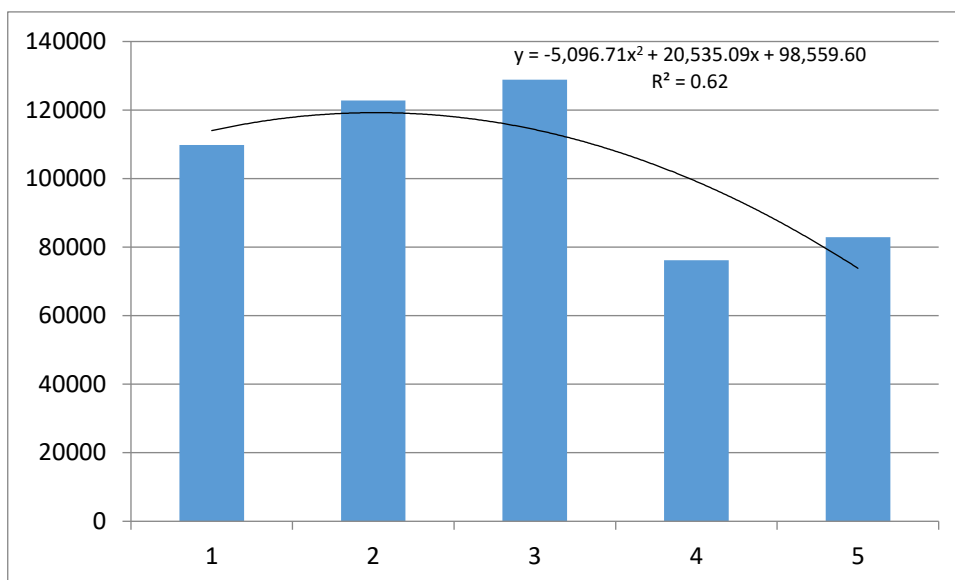
PERIODO	PRODUCCION DE BRASIL	IMPORTACIÓN DE BRASIL	EXPORTACIÓN PERUANA A BRASIL	DEFICIT
2015	0	112001	2190	109811
2016	0	123620	855	122765
2017	0	129796	946	128850
2018	0	77045	822	76223
2019	0	84081	1225	82856

Elaboración propia

Fuente: Trade Map

Como se puede ver existe un déficit debido a que el Perú puede ganar mercado, con la tabla número 15 se realizará la brecha de la demanda.

Ilustración 4 *Demanda insatisfecha*



Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la ilustración 4, la demanda empezó a subir en los años 1, 2, 3 (2015, 2014, 2016) pero luego tuvo una baja y el último año se recuperó un poco. La tendencia de consumir alimentos orgánicos y beneficios que aporten a una vida saludable está en crecimiento es por ello por lo que se espera que, para los años siguientes, la demanda aumente.

3.4. Estrategias de Ventas y Distribución

3.4.1 Estrategias de segmentación

Para la segmentación tendremos que encontrar un grupo de personas o clientes que cumplan los mismos parámetros. La segmentación de un mercado divide un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes

necesidades, características y comportamientos que requieren estrategias o mezclas de marketing diferenciadas. Existen diferentes formas de segmentar un mercado, estas pueden ser geográfica, demográfica, psicográfica y conductual.

- ✓ **Geográfica:** El país al que llegará el producto será a Brasil, dentro de Brasil llegará a la ciudad de Sao Paulo.
- ✓ **Demográfica:** el producto apuntará al canal Horeca (hoteles, restaurantes y casinos) de la ciudad de Brasil.
- ✓ **Psicográfica:** el producto buscara entrar a la parte de clase A, B y C del sector Horeca, es decir se comercializará a lugares donde acudan personas de clase media hacia adelante, ya que es un producto muy accesible.
- ✓ **Condutal:** personas que acudan a comer fuera de casa ya sea en familia o de forma individual.

En conclusión, la empresa se encargará de exportar hongo comestible a la ciudad de Sao Paulo, Brasil, al canal Horeca donde acudan personas de clase A, B y C; por ello se cree conveniente evaluar la cantidad de empresas pertenecientes a este canal. El canal Horeca representa a los hoteles restaurantes y casinos de un país. En Brasil el número de hoteles para el año 2017 era de 31 299 establecimientos y se esperaba que crezca la cantidad de establecimientos; el primer país con mayor cantidad de hoteles en Latinoamérica es México y seguido por Brasil. Respecto al sector de restaurantes para el año 2018 el sector restaurantes se incrementó en un 3.04%, y la tendencia es el alta; por otro lado, respecto al sector casinos si es muy baja la demanda debido a que son muy pocos los casinos en Brasil debido a que las leyes no los apoyan, es más la mayor cantidad de casinos es de forma online.

3.4.2 Estrategias de posicionamiento

Es importante que se escoja una adecuada estrategia de posicionamiento y más aún al ingresar a un mercado que no es considerado virgen, es decir ya han entrado con este producto. Se considera explotar los atributos mismos del producto que se venderá:

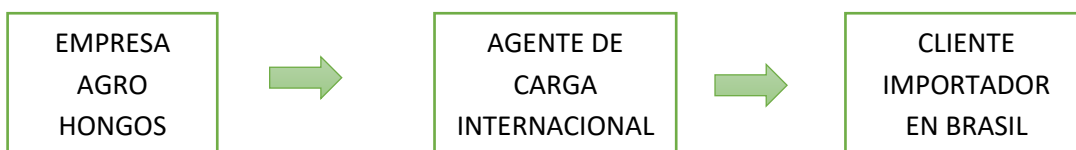
Los beneficios que trae el producto orgánico en sí y lo beneficioso que puede dar para la salud de las personas, por otro lado, es un alimento considerado gourmet y debido a esta tendencia se le puede sacar mucho provecho al venderlo en un platillo.

Por otro lado, se puede hacer uso de la certificación FairTrade para atraer a los nuevos clientes ya que la tendencia también es que los clientes tienden a elegir productos que contribuyan con los pequeños productores y formen parte de una responsabilidad social.

3.4.3 Estrategias de distribución

Para la distribución se contratará a un agente de carga con la finalidad de que este se encargue de todo el transporte del producto. El agente de carga es quien organiza el transporte de la mercancía por tierra, agua o aire y realiza los trámites necesarios para el embarque y salida de la mercadería.

Ilustración 5 Canal de distribución de Agro Hongos E.I.R.L



Fuente: Elaboración Propia

3.5.- Estrategias de Promoción

La mejor forma de promocionar el producto es enfocándonos y resaltando las cualidades y beneficios que tiene el producto para la salud, el mercado de Brasil tiende a consumir productos orgánicos y naturales que les brinden beneficios para su salud y les ayude a mantener un estilo de vida saludable. Por ello se llegará a los establecimientos del canal Horeca, vendiéndose como un producto innovador con muchos beneficios saludables y presentando ideas de cómo se puede presentar en los platillos que se le ofrece al consumidor final.

Por otro lado, también se aprovecharán las Ferias internacionales que hay en Brasil con la finalidad de captar nuevos clientes. Las ferias más importantes donde se ofrecen productos orgánicos son:

- Mercosuper: en el mes de abril
- Bionat expo: en el mes de mayo
- Apos: en el mes de mayo
- Exposuper: en el mes de junio
- Fispal Café: en el mes de junio
- Fispal Tecnología: en el mes de junio
- Bio Brazil Fair | Biofach América Latina: en el mes de junio
- Naturaltech: en el mes de junio
- Superbahia: en el mes de junio
- Cearapao: en el mes de agosto
- Expointer: en el mes de agosto
- Food Ingredients South América: en el mes de agosto
- Exponutrition: en el mes de octubre

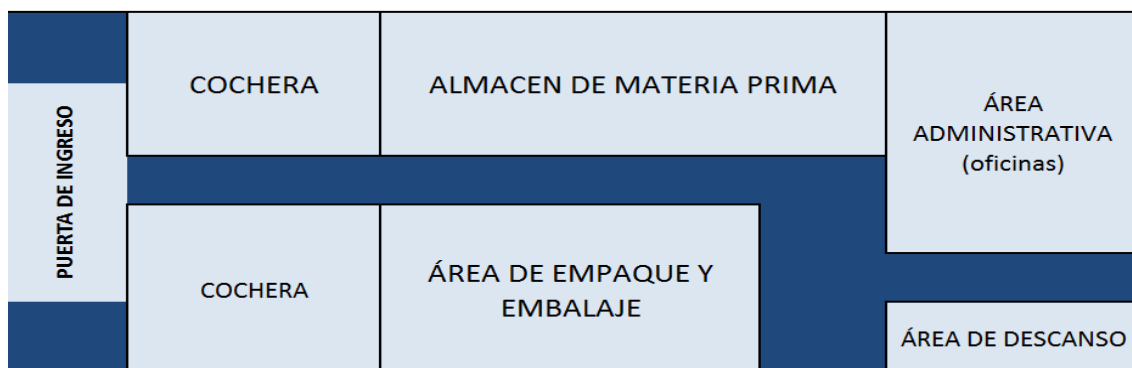
- Fesuper: en el mes de octubre
- Fatia: en el mes de noviembre
- Fenacam: en el mes de noviembre

3.6.- Tamaño de planta. Factores condicionantes

Contamos con los proveedores que son los campesinos productores de Inachuasi, del distrito de Ferreñafe. Para lo cual se ha previsto acopiar el producto en sacos y para ello el lugar de acopio necesita contar básicamente con 4 áreas.

- Área administrativa: contará con 30 mt²
- Almacén de materia prima: contará 50 mt²
- Área de empaque y embalaje: contará con 50 mt²
- Área de descanso: contará con 15 mt²
- Cochera: contará con 2 cocheras de 20 mt² cada una, para las descargas de los camiones

Ilustración 6 Mapa de la planta Agro Hongos E.I.R.L



Fuente: Elaboración propia

4.- PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

4.1. Envases, empaques y embalajes

Según (La real academia española, 2020) el envase es aquello que envuelve o contiene artículos de comercio u otros efectos para conservarlos o transportarlo. El envase es un recipiente que ayuda a la conservación y el transporte de un producto. El envase es el envoltorio o contenedor que tiene un contacto directo con el contenido de un producto. Los envases tienen como función principal dar una presentación adecuada que facilite la venta, manejo, almacenaje, manipulación y distribución.

Por otro lado, los empaques son la presentación comercial de un producto. Se encargan de asegurar que en el transporte el producto no se dañe ni entre en contacto con el exterior para mantenerse limpio o fresco en caso de que sea un alimento. El empaque es la forma de presentar el producto en el punto de venta.

Según (Mincetur, 2009) existen diferentes tipos de envases y empaques, los cuales son:

- | | |
|-------------|------------|
| -Atados | -Baldes |
| -Barricas | -Bidones |
| -Bobinas | -Bolsas |
| -Botellones | -Cajas |
| -Cajones | -Canastos |
| -Canecas | -Carretes |
| -Cilindros | -Cisternas |
| -Cuñetes | -Fardos |
| -Jaulas | -Latas |

-Plataforma

-Rollos

-Sacos

-Tambores

-Toneles

-A Granel

Los envases y empaques pueden ser de diferentes materiales como aluminio, cartón corrugado, hojalata, papel, madera, plástico, vidrio. También es de conocimiento existen casos en los que el empaque y el envase son lo mismo, es por ello por lo que en la empresa Agro hongos se tomará esta premisa y se utilizará el mismo empaque y envase.

El producto será envasado en bolsas de papel Kraft, según los requerimientos del cliente. Para ello la única maquinaria que se utilizará será una balanza y un personal para la manipulación de esta. Se utilizará la balanza ya que las bolsas se llenarán en función a 15 kg.

Después de haber formado las bolsas de 15 kg se procederá al cocido, en esta operación se cierran las bolsas de papel con los conos de hilo importados. Para realizar esta operación usamos la cocedora eléctrica empleando los conos de hilo importados, se inicia instalando los conos de hilo en la máquina, seguidamente se cosen las bolsas. Y, respecto al etiquetado, se podrá colocar una etiqueta en el producto ya envasado según las especificaciones requeridas por el cliente.

Finalmente, el embalaje es una forma de empaque que envuelve, contiene, protege y conserva los productos envasados o empaquetados. El embalaje va más orientado a la protección del producto durante el transporte logístico. El embalaje no necesariamente debe ser una caja, también el embalaje puede ser el plástico que ponemos alrededor de un producto envasado o empaquetado.

Se podría decir que para la empresa termina el proceso de envasado en con el etiquetado según las especificaciones del cliente. Pero si el cliente lo requieren los sacos que se enviarán también podrían embalarse con papel film. Este es todo el proceso de envasado, salvo fumigación en el caso que el cliente lo solicite.

4.2. Diseño del rotulado y marcado

4.2.1 Diseño del rotulado

El rotulado es un complemento al envase, empaque y embalaje de un producto al momento de exportarlo. Según (SIICEX, 2009) el rotulado es el elemento de ayuda para identificar los productos, facilitando su manejo y ubicación en el momento de ser monitoreados.

El rotulado, complementa al acondicionamiento y embalaje. Facilita la identificación de cada “paquete o “bulto” que el exportador envía, de manera que éste llegue al cliente o destinatario en el mercado de destino, en condiciones óptimas.

4.2.2 Diseño del marcado

Según (SIICEX, 2019) el mercado se encuentra en estrecha relación con el embalaje y sujeto a estándares internacionales. Los elementos que deben figurar en las marcas fueron señalados por la Asociación Internacional para la Coordinación del Manejo de la Carga (International Cargo Coordination Association, - ICHA-) EN 1962

Existen tres tipos de marcas:

- Las marcas estándares o principales: brindan nombre y dirección el consignatario, numero de referencia y lugar de descarga

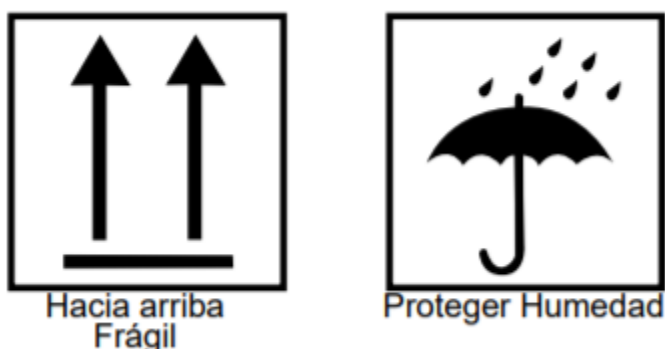
- Las marcas informativas: número de cada bulto en un lote, para identificar a cada uno de los bultos pertenecientes a un mismo cargamento
- Marcas de manipuleo o auxiliares: Para la aplicación del marcado se deben tener en cuenta la norma ISO 7000, siempre que sea posible se debe utilizar el sistema métrico, los materiales que se usan son: pintura indeleble, rótulos, placas, entre otros), debe cumplirse con las características de legibilidad, localización, suficiencia y conformidad.

La empresa al contar con un mismo envase como empaque, solamente utilizara las marcas estándares y las de manipuleo o auxiliares.

- ✓ Exportador: Agro Hongos E.I.R.L
- ✓ Dirección: Incahuasi
- ✓ Lugar de embarque: Incahuasi – Perú
- ✓ País de Origen: Perú
- ✓ Peso neto: 15 Kg

Y siguiendo las normas 7000, utilizara dos pictogramas importantes:

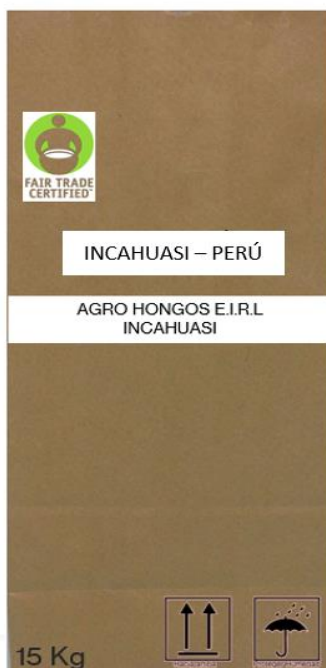
Ilustración 7 *Pictogramas (ISO 7000)*



Fuente: SIICEX

Finalmente, el producto será acondicionado para exportación, de la siguiente manera:

Ilustración 8 Rotulado y marcado del empaque de exportación de Agro Hongos E.I.R.L



Fuente: Elaboración propia

4.3. Unitarización y cubicaje de la carga

La empresa Agro Hongos planea exportar 800 bolsas (35 cm x 10 cm x 60 cm) de 15 kg, por ello es necesario ver la unitarización en función a las medidas del empaque y envase; debido a que todos los sacos irán acomodados dentro del contenedor de un camión, vía terrestre.

Ilustración 9 *Unitarización de la carga*

MEDIDAS DEL SACO	
Largo	35 cm
Ancho	100 cm
Alto	60 cm
Peso neto	15 kg

Fuente: Elaboración Propia

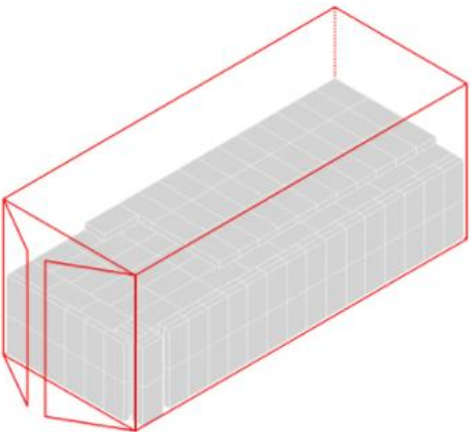
Unitarización

Para transportar la mercancía no se ha creído conveniente la paletización, pero si se ha considerado la contenedorización de la carga. La contenedorización es un sistema en el que se utiliza una unidad de transporte de carga llamada contenedor, el cual es una caja de acero rectangular que permite el manejo de carga como una unidad indivisible y más segura, pues protege las mercancías contra las inclemencias del tiempo, así como de posibles daños y riesgos inherentes a la manipulación y transporte. El envío será en un contenedor del transporte terrestre y no se ha creído necesario el uso de los pallets.

En la ilustración 10 se puede observar cual es la cantidad abarcada dentro del transporte terrestre por 800 sacos de 15 kg de hongos comestible.

Ilustración 10 Contenedorización

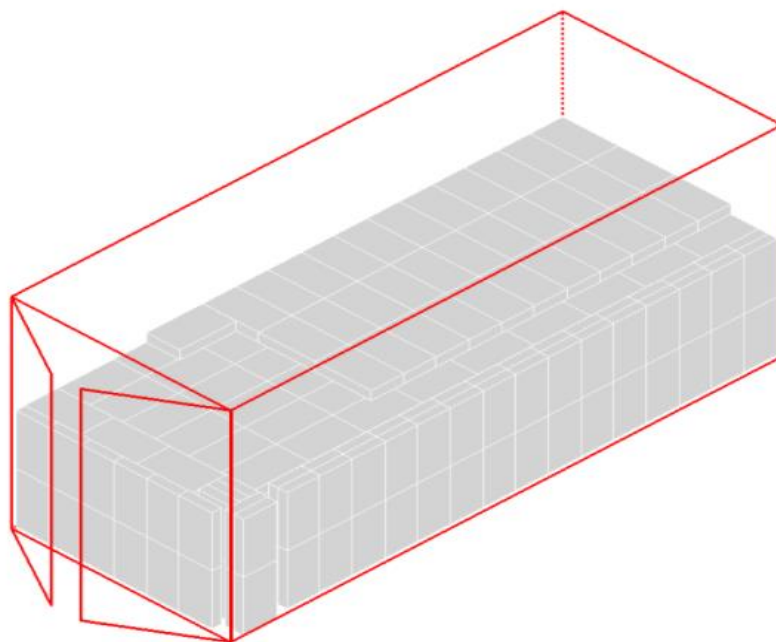
Tipo de contenedor	Longitud (mm)	Ancho (mm)	Altura (mm)	Toneladas (kg)
Transporte 1	5895	2350	2393	28200

Transportes	Carga del embalaje
<p>Todos los transportes:</p> <p>Transporte 1: 2 unidades</p>	<p>800e paquetes totales. Packed: 800e paquetes. (100%)</p>
	<p>Transporte Nº1 (Transporte 1 1 unidades)</p> <p>Packed: 800 packages: (100%). Including: ■ Cargo1 - 800 paquetes (100%)</p> <p>Cargo volume: 16.8 m³ (51% of volume)</p> <p>Cargo weight: 12000 kg. (43% of max payload)</p>

Fuente: Searates

En la ilustración 11 se puede observar la forma como irán distribuidos los 800 sacos de hongos comestibles con la finalidad de que el envío se pueda realizar en un envío, utilizando solo un camión.

Ilustración 11 *Contenedorización*

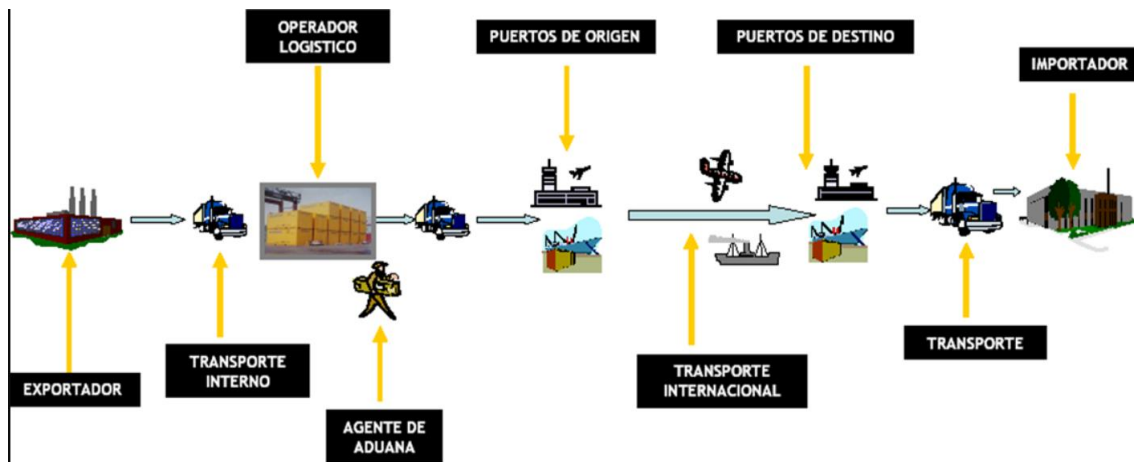


Fuente: Searates

4.4. Cadena de DFI de exportación/importación

La distribución física internacional según (Promperú, 2018) es el proceso logístico que se desarrolla en colocar un producto en el mercado internacional cumpliendo con los términos negociados entre el vendedor y el comprador y su objetivo principal es reducir al máximo los tiempos, los costos y el riesgo que se puedan generar durante el trayecto, desde el punto de salida en origen hasta el punto de entrega en destino.

Ilustración 12 Cadena de DFI



Fuente: Negocios Int. Fernanda

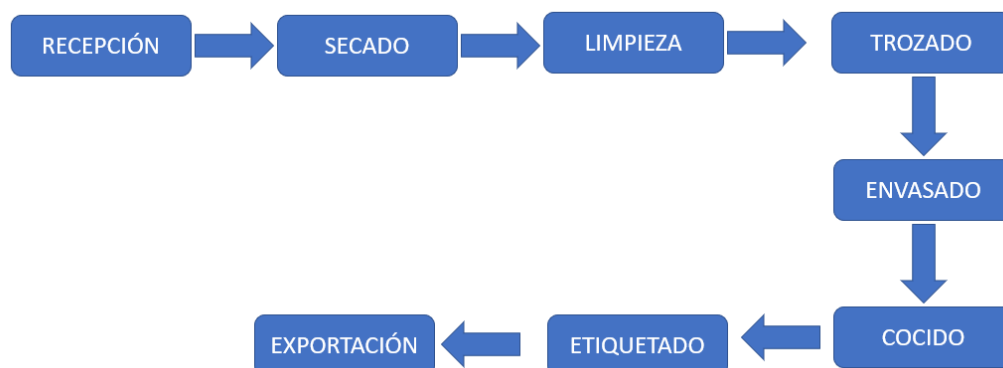
Los principales servicios que brinda la DFI son:

- ✓ Transporte
- ✓ Almacenamiento
- ✓ Unitarización (paletización y contenedorización)
- ✓ Servicio de Protección de la Carga
- ✓ Manipuleo
- ✓ Seguro de Carga
- ✓ Trámites, contratos y otros documentos vinculados al DFI
- ✓ Agentes y Corredores

Y los medios de transporte que existen son; terrestre, aéreo, acuático (marítimo, lacustre y fluvial). La empresa Agro Hongos E.I.R.L. ha escogido el medio de transporte terrestre para su exportación de hongos.

4.4.1 Cadena logística de abastecimiento del producto

Ilustración 13 Cadena logística de abastecimiento



Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la ilustración 13, se muestran las etapas por las que pasa la empresa para la obtención del producto final desde su recepción hasta cuando esta listo para exportar.

Recepción

Se realiza en la planta de Incahuasi, la materia prima utilizada son hongos comestibles en su estado natural.

Secado

La materia prima se somete a un proceso de deshidratado natural mediante exposición directa al sol, proceso por el cual se controla la humedad del producto hasta llegar a la humedad indicada.

Limpieza

La limpieza se realiza de forma manual; eliminando los materiales extraños y polvo se produce una merma de 1 a 2%.

Trozado

El trozado se realiza para reducir el tamaño del producto, con la finalidad de llegar a las exigencias del cliente.

Envasado

El producto se envasa en bolsas de papel Kraft de 15 kg.

Cosido

Se cierran las bolsas de papel con los conos de hilo. Para esta operación se usa la cocedora eléctrica.

Etiquetado

Se coloca una etiqueta en el producto ya envasado con las especificaciones requeridas por el cliente.

Exportación

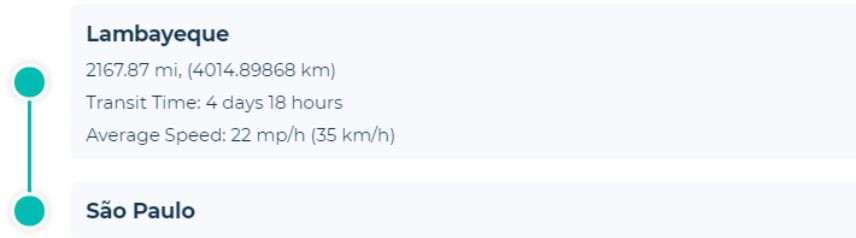
La exportación se realiza por vía terrestre desde Incahuasi - Ferreñafe, Perú.

4.4.2 Cadena logística de exportación del producto

El medio de transporte utilizado para la exportación del producto será el terrestre debido a que es una distancia cercana y es un medio de transporte económico. Como se puede observar en la figura 8 los días de tránsito a Brasil son 5, este tiempo es mucho menor comparado con el transporte marítimo que demora aproximadamente 16 días.

Ilustración 14 Tránsito Perú - Brasil

DISTANCES & TIME



Fuente: Searates

El proceso logístico seguirá el flujo mostrado en la figura 7, no existe restricción ni prohibición alguna para la salida de esta mercancía. El producto saldrá del almacén de Incahuasi vía terrestre hacia el cliente en Sao Paulo, Brasil.

Durante el proceso se tendrá la intervención de un operador logístico para lo que ha sido necesario llevar acabo un CRIBAS con la finalidad de escoger el operador logístico óptimo en función a los criterios de la empresa.

Tabla 16 CRIBAS para el operador logístico

OPERADOR LOGISTICO											
CRITERIOS	PONDERADO	BEAGLE AGENTE DE ADUANAS	N1	PUNTAJE	RANSA S.A.	N2	PUNTAJE	TRANSOCEANIC S.A	N3	PUNTUACIÓN	
PRECIO	40%	170 \$ x transporte	3	1.2	150 \$ x transporte	5	2	160 \$ x transporte	4	1.6	
TIEMPO DE ENTREGA	30%	A TIEMPO	5	1.5	A TIEMPO	5	1.5	A TIEMPO	5	1.5	
CALIDAD	20%	EXCELENTE	5	1	EXCELENTE	5	1	MUY BUENA	4	0.8	
EXPERIENCIA	10%	12 años	3	0.3	78 años	5	0.5	35	4	0.4	
				4					5	4.3	

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla 16, son 3 los operadores logísticos que ha considerado llamativo, la empresa Agro Hongos. Después de haber realizado las cribas teniendo en cuenta; precio, tiempo de entrega, calidad y experiencia. Se ha creído conveniente trabajar con el operador logístico Ransa S.A. ya que fue el primer puesto con un puntaje de 5 seguida de Transoceanic con 4.3 y finalmente Beagle con 4.

4.5. Seguro de las mercancías

Según (TIBA, 2019) el seguro de mercancías es aquel contrato por medio del cual el asegurador asume los daños y pérdidas materiales sobrevenidas al material de transporte y/o a los objetos transportados durante el traslado por vía fluvial, férrea, aérea o marítima. Aunque el seguro de transporte no es obligatorio es muy recomendable asegurar los bienes transportados ante cualquier riesgo que pueda existir durante el tránsito de estos desde el origen hasta el destino final.

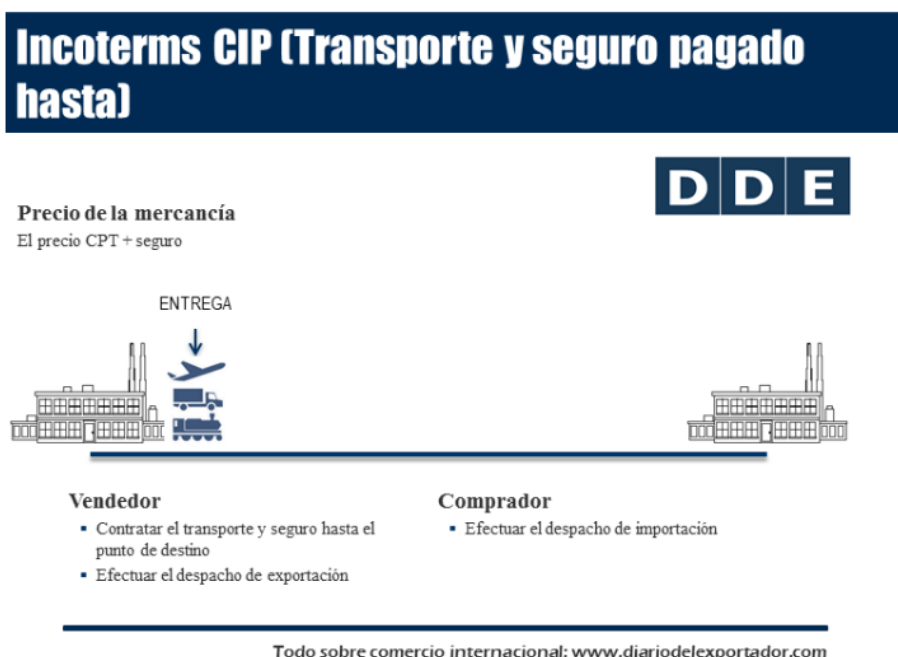
Cuando el transporte es terrestre como el caso de la empresa Agro Hongos E.I.R.L. es más probable que haya incidentes debido a que los transportes terrestres

siempre están más expuestos robos en las carreteras por ellos es mucho mejor que se cuente con un seguro de mercancías para evitar cualquier imprevisto.

La responsabilidad el seguro de la mercancía se debe acordar entre el vendedor y el comprador. Las aseguradoras ofrecen 3 cláusulas de seguro para la elección del asegurado; clase A, B y C. Desde luego la cláusula A es mucho más completa y cubre muchos más sucesos que la cláusula B y definitivamente la B cubre más que la C.

Por otro lado, el incoterm determinará quién será el responsable de contratar el seguro. Para el transporte multimodal se puede usar EXW - FCA - CPT - CIP - DPU - DAP – DDP. La empresa Agro Hongos exportará por contenedor 800 sacos, pero los 800 sacos no irán para un mismo cliente, debido a que tendrá una diversidad de clientes en el segmento HORECA, por ello siempre tratará de trabajar con el INCOTERM CIP.

Ilustración 15 *INCOTERM CIP*



Fuente: Comercio internacional

En el CIP Incoterms, la empresa vendedora contrata el transporte y asume todos los costes para llevar la mercancía hasta el lugar de destino designado, sea una terminal portuaria o aeroportuaria o una plataforma terrestre.

Además de encargarse del transporte, el vendedor debe asumir la contratación de un seguro que cubra los riesgos de ese transporte. La mercancía tiene que estar asegurada desde el momento en que el vendedor la entrega al transportista hasta el lugar de destino donde el vendedor ha contratado el transporte.

El seguro debe cubrir debe ofrecer una cobertura mínima según establecen las cláusulas ICC, Institute Cargo Clauses, que son las más comúnmente utilizadas y que fueron creadas por el Instituto de Aseguradores de Londres (ILU), ahora integrado en la Underwriting Association of London.

Es conveniente que el seguro se contrate a una compañía reconocida y con experiencia o especializada en seguros de transporte, y que también tenga presencia en el país de origen y en el de destino

Esto quiere decir que la empresa Agro Hongos E.I.R.L. es la que se encargará de contratar el seguro de la mercancía y al tener un transporte con diferentes clientes, se cree optimo contratar un seguro de clausula A. Es decir que abarque todos los posibles siniestros o robos que se puedan suscitar durante el transporte.

5.- PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1.- Fijación de precios

Para la fijación del precio de los hongos comestibles en la presentación referida anteriormente, se tendrán en cuenta el porcentaje de utilidad en relación con los costes (40%), el valor del producto ante los clientes y la competencia.

Debido a que la empresa iniciará actividades hemos dividido los costos en dos secciones: inversión y capital de trabajo.

5.1.1 Costos y precio

La inversión para el plan de exportación de hongos suillus luteus deshidratados son los siguientes:

Tabla 17 Inversión del plan de exportación de hongos suillus luteus deshidratados

INVERSIÓN FIJA TANGIBLE

MAQUINARIA Y EQUIPO

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	IGV
Cámara deshidratadora	3	10,000	30,000	11,800	35,400	5,400
Cortadoras	15	15	225	18	266	41
Bandejas	60	10	600	12	708	108
Balanza industrial	2	250	500	295	590	90
Carrito transportador	2	600	1,200	708	1,416	216
			32,525		38,380	5,855

MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	V. TOTAL
Mesas de aluminio	6	300	1,800	354	2,124	324

Escritorio	1	300	300	354	354	54
Silla	10	10	100	10	100	-
			2,200		2,578	378
EQUIPO DE COMPUTO						
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	V. TOTAL
Computadora	1	2,500	2,500	2,950	2,950	450
			2,500		2,950	450
TOTAL INVERSIÓN FIJA TANGIBLE			37,225		43,908	6,683
INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE						
CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA						
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	IGV
Elaboracion de minuta	1	350	350	413	413	63
Notario	1	207	207	244	244	37
Registro público SUNARP	1	45	45	53	53	8
Registro de marca	1	535	535	631	631	96
			1,137		1,342	205
LICENCIAS Y OTROS						
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	IGV
Análisis de Laboratorio	1	275	275	275	275	-
Licencia de funcionamiento	1	150	150	150	150	-
Registro de marca ante INDECOPI	1	300	300	300	300	-
			725		725	-
TOTAL INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE			1,862.00		2,067	205
CAPITAL DE TRABAJO						
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	IGV
Capital de trabajo	1	230,009	230,009		230,009	
			230,009		230,009	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			230,009		230,009	
Inversión Inicial			269,096		275,983	6,887

Fuente: Elaboración propia

Debido a que la demanda calculada son 12 TM, la inversión fija tangible comprende la maquinaria y equipos requeridos: tres (03) cámaras deshidratadoras por un valor de S/ 10,000.00 cada una adicionalmente a ella se comprarán moldes para introducir a la deshidratadora (20 bandejas en cada cámara), es decir, 60 en total, también se adquirirán 15 cortadoras de aluminio necesarias para eliminar la cutícula del hongo, dos balanzas industriales y dos carritos transportadores del área de deshidratación y empaçado.

Con respecto a los muebles y enseres serán necesarias mesas de aluminio para la manipulación de los hongos, un escritorio y 10 sillas para el personal; referente al equipo de cómputo se adquirirá una laptop.

Para la inversión fija intangible se han considerado la constitución de la empresa y licencias necesarias para el funcionamiento de la misma.

Tabla 18 Costos fijos del plan de exportación de hongos suillus luteus deshidratados.

COSTOS FIJOS							
DETALLE	CANTIDAD	COSTO MENSUAL SIN IGV	COSTO ANUAL SIN IGV	COSTO MENSUAL CON IGV	COSTO ANUAL CON IGV	IGV ANUAL	PRECIOS CON IGV
Costo de producción directos							
Hongos	150,000	0.71	106,500	0.84	125,670.00	19,170	125,670
Sacos	4,200	1.50	6,300	1.77	7,434.00	1,134	-
Indumentaria	96	50.00	4,800	59.00	5,664.00	864	5,664
Costo de producción indirectos							
Luz	12	20.80	250	24.54	294.53	45	295
Mantenimiento de planta	12	166.67	2,000	196.67	2,360.05	360	2,360
Gastos administrativos							
Alquiler Local	12	500.00	6,000	590.00	7,080.00	1,080	7,080
Contador externo	12	400.00	4,800	400.00	4,800.00		
Teléfono	12	400.00	4,800	472.00	5,664.00	864	5,664

Luz	12	150.00	1,800	177.00	2,124.00	324	2,124
Agua	12	150.00	1,800	177.00	2,124.00	324	2,124
Materiales oficina/aseo	12	200.00	2,400	236.00	2,832.00	432	2,832
Etiquetas	800	0.30	960	240.00	2,880.00	1,920	2,880
			142,410		168,927	26,517	156,693

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19 Mano de obra del plan de exportación de hongos suillus luteus deshidratados.

TRABAJADOR	RETRIB. ECON. MENS	AÑO 1							MENSUAL
		RETRIB. ECON. ANUAL	ESSALUD	GRATIFICACIÓN	CARGA FAMILIAR	CTS	VACACIONES	ANUAL	
Gerente general	4,446	53,351	1,067	-	-	-	2,223	56,641	4,720
Jefe de producción	3,008	36,102	3,249	6,017	-	3,510	3,008	51,886	4,324
Operarios	1,139	13,663	1,230	2,277	-	1,328	1,139	19,636	1,636
Jefe de comercialización	3,008	36,102	3,249	6,017	-	3,510	3,008	51,886	4,324
	-	-	-	-	-	-	-	-	-
								180,049	15,004

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20 Costos variables del plan de exportación de hongos suillus luteus deshidratados

COSTOS VARIABLES	12 MESES												TOTAL ANUAL	
	DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre		Diciembre
Flete Incahuasi - San paulo				36,000				36,000					36,000	108,000
Operador Logístico – RANSA				650				650					650	1,950
Certificado de origen				50				50					50	150
Certificado fitosanitario				200				200					200	600
Seguro internacional				1,800				1,800					1,800	5,400
				38,700				38,700					38,700	116,100

Fuente: Elaboración propia

Para el capital de trabajo que será calculada de forma cuatrimestral, es decir, 03 exportaciones de 12 TM anuales. Para los costos de producción será necesario adquirir 150 TM de hongos frescos, que en el proceso de deshidratado se reduce a solo el 8% de su peso y 800 unidades de saco de papel doble con polietileno de alta densidad interior con medidas de 35cm*10cm*60cm.

Con respecto a la mano de obra dentro del área de producción contaremos con el jefe de producción y los operarios, a continuación, se presentarán a detalle el cálculo de planilla de sueldos de ambos intervinientes.

Tabla 21 Cálculo de la planilla de sueldo de jefe de producción

CÁLCULO DE LA PLANILLA DE SUELDO DE JEFE DE PRODUCCIÓN		
		Monto (Soles)
Remuneración mensual		2,000.00
Asignación familiar (10%)		93.00
TOTAL SUELDO	100%	2,093.00
CTS	9.75%	204.07
SEGURO SOCIAL	9%	188.37
GRATIFICACIONES	16.66%	348.69
VACACIONES	8.33%	174.35
TOTAL A PAGAR	143.74%	3,008.48
Descuentos		
ONP-AFP (13%)		272.09
TOTAL DESCUENTOS		272.09
NETO A PAGAR		1,820.91

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede apreciar en la tabla 21 la remuneración mensual del jefe de producción será de 2000 soles. Al estar en el regimen general este contrato , este profesional contará con todos sus beneficios conforme a ley, resultando como costo para el empresa de 3008.48 soles.

Tabla 22 Cálculo del sueldo de operarios

CÁLCULO DE SUELDO DE OPERARIO (6 personas)			
			Monto (Soles)
Remuneración mensual		S/	1,000.00
Asignación familiar (10%)		S/	93.00
TOTAL SUELDO	100%	S/	1,093.00
CTS	0.00%	S/	-
GRATIFICACIONES	0.00%	S/	-
VACACIONES (15 días)	4.17%	S/	87.21
TOTAL A PAGAR	104.17%	S/	1,138.54
TOTAL A PAGAR (6 OPERARIOS)		S/	6,831.25
Descuentos			
SEGURO DE SALUD AGRARIO	4%	S/	43.72
TOTAL DESCUENTOS		S/	43.72
NETO A PAGAR		S/	1,049.28
NETO TOTAL A PAGAR (6 OPERARIOS)		S/	6,295.68

Fuente: Elaboración propia

En este caso para el cálculo del sueldo del operario que se encontrará acogido al régimen especial que incluye los beneficios expuestos en la tabla 22.

Tabla 23 Componentes de beneficios del régimen especial

RÉGIMEN ESPECIAL
CTS: Incluido en la remuneración.
VACACIONES: 15 días por año de servicio.
ASIGNACIÓN FAMILIAR: Hijos menores de 18, y hasta 6 años más cursando estudios superiores. Beneficio remunerable 10%
GRATIFICACIONES POR FIESTAS PATRIAS Y NAVIDAD: Incluido en la remuneración.
JORNAL: 8hrs diarias.
SEGURO DE SALUD AGRARIO: Aporte de 4% de su remuneración.

El costo para la empresa del operario es de 1138.54 soles.

Continuando con los costos indirectos de producción tenemos el pago de servicios de electricidad y mantenimiento de la planta que suman 3000 soles.

Los gastos administrativos están compuestos por el alquiler del local, la línea de teléfono, luz, agua y materiales de oficina y aseo que suman 4800 soles.

Dentro de estos gastos se han considerado el sueldo del gerente general y de un contador contratado de forma externa, a quien se le pagará 400 soles mensuales por su servicio de declaraciones a la SUNAT. El sueldo del gerente se especifica a detalle en la tabla 24.

Tabla 24 Cálculo de la planilla de sueldo del gerente general

CÁLCULO DE LA PLANILLA DE SUELDO DEL GERENTE GENERAL			
			Monto (Soles)
Remuneración mensual			S/ 3,000.00
Asignación familiar (10%)			S/ 93.00
TOTAL SUELDO	100%		S/ 3,093.00
CTS	9.75%		S/ 301.57
SEGURO SOCIAL	9%		S/ 278.37
GRATIFICACIONES	16.66%		S/ 515.29
VACACIONES	8.33%		S/ 257.65
TOTAL A PAGAR	143.74%		S/ 4,445.88
Descuentos			
ONP-AFP (13%)			S/ 402.09
IMPUESTO A LA RENTA			
14 sueldos		S/ 43,302.00	
(menos 7UIT = 4150*7)		S/ 29,050.00	
Base del impuesto		S/ 14,252.00	
8-12 UIT	S/ 14,252.00	8%	S/ 1,140.16
Total impuesto			S/ 1,140.16
Total impuesto mensual			S/ 95.01
TOTAL DESCUENTOS			S/ 497.10
NETO A PAGAR			S/ 2,595.90

Fuente: Elaboración propia.

Los gastos de exportación están comprendidos por las etiquetas, el flete interno de Incahuasi–Lambayeque, el operador logístico RANSA y los trámites del certificado de origen y fitosanitario que en total suman 9,140 soles.

El encargado de la trazabilidad y negociación del producto será el jefe comercial que percibirá una remuneración mensual de 2,000 soles, que acogándose al régimen general, a la empresa le sale costando 3,008.48 soles mensuales.

Tabla 25 Planilla de sueldo del jefe comercial.

LA PLANILLA DE SUELDO DE JEFE COMERCIAL		
		Monto
Remuneración mensual		2,000.00
Asignación familiar (10%)		93.00
TOTAL SUELDO	100%	2,093.00
CTS	9.75%	204.07
SEGURO SOCIAL	9%	188.37
GRATIFICACIONES	16.66%	348.69
VACACIONES	8.33%	174.35
TOTAL A PAGAR	143.74%	3,008.48
Descuentos		
ONP-AFP (13%)		272.09
TOTAL DESCUENTOS		272.09
NETO A PAGAR		1,820.91

Fuente: Elaboración Propia

Para la fijación de precios se han considerado, la evaluación de la competencia y el porcentaje de utilidad del 40%.

Tabla 26 Precio de la competencia

Competidor / Valor CIP	Precio \$/Kg	Precio S/. Kg
Hongos del bosque	4.34	15.58

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 27 Cálculo del precio por porcentaje de utilidad

	SOLES	DOLARES
Costo Total CIP	560,739.19	156,195
Cantidad (Kg)	36,000	36,000
Costo Unitario	15.58	4.34
Utilidad esperada (40%)	21.81	6.07
Precio kg. Propuesto	18.50	5.15
Precio de mercado	19.82	5.52

Fuente: Elaboración Propia.

El costo por kilogramo calculado en base al Incoterm CIP Sao Paulo es de 19.82 soles, Considerando que la competencia tiene un precio en valor FOB de 20 soles y valor CIP en 30 soles. La empresa Agro Hongos E.I.R.L puede fijar el precio en 20 a 25 soles al tipo de cambio aproximado por kilo será de \$ 6.00 a \$ 8.00.

5.1.2 Cotización internacional

La cotización comprenderá la fecha de cotización, razón social, dirección, teléfono, fecha de embarque, descripción de la mercancía, medio y forma de pago, validez de la oferta, forma de unitarización, cantidad de bultos y el INCOTERM a negociar.

Tabla 28 Ítems de la cotización internacional propuesta de Agro Hongos E.I.R.L.

Fecha de cotización	21/11/2021
Razón social	Agro Hongos E.I.R.L
Dirección	Incahuasi - Ferreñafe, Lambayeque
Teléfono	918547894
Fecha de embarque	02 meses después de firmar el contrato.

Descripción de la mercancía	Hongos "Suillus Luteus", género Agaricus deshidratados presentados en sacos de 15kg.
Medio de pago	Transferencia (cliente recurrente) y carta de crédito (primer envío)
Forma de pago	Diferido (50% al firmar contrato y 50% al envío del B/L.
Validez de la oferta	30 días
Forma de unitarización	Unitarización (sin pallets)
Cantidad de bultos	800 sacos
Incoterm	CIP

Elaboración: Propia

5.2.- Contrato de compra venta internacional (exportaciones/importaciones) y sus documentos

Si todo se desarrolla a conformidad con el interesado se puede concluir la etapa con un Contrato de Compra-venta internacional, siendo este un texto impreso con las condiciones generales de venta ,las obligaciones del ambas partes (vendedor y comprador) ,para contar con una norma universal referente a contratos de Compra-venta ,las Naciones Unidas elaboró “La convención sobre contratos de compraventa Internacional de mercancías” en 1980. En base a los requerimientos de (PROMPERÚ, 2013) el contrato de compra venta internacional por parte de la empresa Agro Hongos E.I.R.L. será el siguiente:

Contrato de exportación AGRO HONGOS E.I.R.L

Conste por el presente documento el contrato de compra y venta internacional de mercancías que celebran por una parte la empresa **AGRO HONGOS E.I.R.L.** identificada con Registro N° **XXXX**, debidamente representada por su Gerente General Raúl Fernando Muro Ruiz, identificada con Documento de Identidad N° **71563559**, a quien en lo sucesivo se le designará como “**EL VENDEDOR**” y por otra parte la empresa **HONGOS FALO B.V.** a quien adelante se le designará como “**EL COMPRADOR**”, en los términos y condiciones siguientes.

Clausula Primera:

Objeto del contrato. “El vendedor” se obliga a suministrar 800 sacos de contenido de Hongos Suillus Luteus deshidratado y el comprador se obliga a adquirirlos.

Clausula Segunda:

Precio: El precio unitario de producto objeto de este instrumento que “**EL COMPRADOR**” se compromete a pagar será la cantidad de \$ **218,208.00** USD CIP

Incoterms 2020 en la ciudad de SAO PAULO – Piedra Parada - Incahuasi-Ferreñafe, Perú.

Clausula Tercera:

El presente contrato tendrá vigencia hasta el 21 de Diciembre del 2020, contados a partir de la firma de la misma. En caso que una de las partes quiera rescindir el contrato, deberá pre avisar a la otra parte con una antelación de **30 (treinta) días**, por escrito.

Cláusula Cuarta:

Forma de envío: “EL VENDEDOR” se obliga a enviar las mercancías objeto de este contrato al lugar señalado en la cláusula anterior cumpliendo las siguientes especificaciones. Los sacos de Hongos deshidratados deben de estar empaquetados y embalados adecuadamente, igualmente “EL VENDEDOR” se obliga a enviar los documentos requeridos por el “EL COMPRADOR” en los términos del presente instrumento.

Cláusula Quinta:

Forma de Pago: “El COMPRADOR”, se obliga a pagar al vendedor el precio pactado en la Cláusula Segunda mediante transferencia en dos partes, una a la firma del contrato con la suma del 50% de valor total de la mercancía en el INCOTERM CIP y el otro 50% restante 07 días posterior a la fecha del Documento de Transporte (Carta porte).

Cláusula Sexta:

Entrega de la Mercancía: “El VENDEDOR”, se obliga a enviar desde Incahuasi el día **XXX** y, dar aviso inmediato a “EL COMPRADOR” de este hecho.

Cláusula Séptima:

Embalaje y Gastos de Verificación: “EL VENDEDOR” se obliga a sufragar los costos de embalaje, y operacionales de verificación como control de calidad, de medida, peso y recuento, que se realice para que “EL COMPRADOR” pueda hacerse cargo de las mercancías.

Cláusula Octava:

Riesgos y Gastos de Entrega: “El Vendedor” se obliga a sufragar los gastos y asumir todos los riesgos de las mercancías hasta el momento en que efectivamente hayan llegado a la ciudad de destino en el lugar y fecha señalados en la Cláusula Quinta.

Cláusula Novena

Documentos varios: “ El Vendedor” se obliga a otorgar por su cuenta y riesgo los documentos de Exportación (**Factura, Packing List, Certificado de Origen y Certificado Fitosanitario**), el documento limpio habitual que pruebe que las mercancías, han sido entregadas a bordo del buque designado (Bill of Lading), y cualquier otra autorización que resulte necesaria para la exportación de las mercancías, y a prestar a “EL COMPRADOR” por cuenta y riesgo de este último, si así lo solicita la ayuda necesaria para obtener el conocimiento de embarque y cualquier otro documento expedido por el país de procedencia y/u origen y aquel que pueda necesitar para poder importar al país destino.

Cláusula Décima:

Vigencia del Contrato: Ambas partes convienen en que una vez que “EL VENDEDOR” haya cumplido plenamente con todas y cada una de las obligaciones estipuladas en el presente instrumento, operará automáticamente la terminación de su vigencia

Cláusula Décimo Primera:

Rescisión por incumpliendo: Ambas partes podrán rescindir este contrato en el caso que una de ellas incumpla con sus obligaciones y se abstenga de tomar medidas necesarias para reparar dicho incumplimiento. La parte que ejercite su derecho a la rescisión, deberá dar aviso a la otra, cumplido que sea el término a que se refiere el párrafo anterior.

Cláusula Décimo Tercera

Insolvencia: “EL VENDEDOR” podrá dar por rescindido este contrato en caso de que “EL COMPRADOR” fuera declarado en quiebra, suspensión de pagos, concurso de acreedores o cualquier otro tipo de insolvencia.

Cláusula Décima Cuarta:

Legislación Aplicable: En todo lo convenido y en lo que no se encuentre expresamente previsto, este contrato se rige por las leyes vigentes de la República del Perú, y en su defecto por los usos y prácticas comerciales reconocidas por éstas. Las partes que intervienen en este contrato se reconocen la personalidad con que comparecen sus respectivos representantes, independientemente de la cual se obligan a entregarse los documentos notariales en que aparezcan los poderes y facultades con apoyo en los cuales otorgan este instrumento.

Se firma este contrato en la ciudad de Incahuasi – Perú el día....del mes....del año 2020

EL VENDEDOR

EL COMPRADOR

5.3 Elección y aplicación del Incoterm

. Para las exportaciones de Agrohongos E.I.R.L a solicitud del cliente se utilizará el Incoterm CIP Sao Paulo, debido, reducción de costos logísticos y el conocimiento del proceso logístico de los intervinientes (exportador-importador).

5.4.- Determinación del medio de pago y cobro

Según indica (MINCETUR, 2006) los medios de pago internacional se determinan según los riesgos políticos y comercial a los que se enfrentan las partes involucradas. Usualmente los más utilizados son:

- a) Carta de Crédito
- b) Cobranza documentaria
- c) Transferencias
- d) Órdenes de pago

- e) Cuentas Corrientes en divisas
- f) Aval del exterior
- g) Garantía del exterior

Se utilizará como medio de pago, la transferencia bancaria, con 50% de la totalidad del monto a la firma del contrato y el restante 07 días posteriores de haber embarcado la mercancía, enviando como constancia la Carta Porte emitida por el transportista internacional.

5.5.- Elección del régimen de exportación o de importación

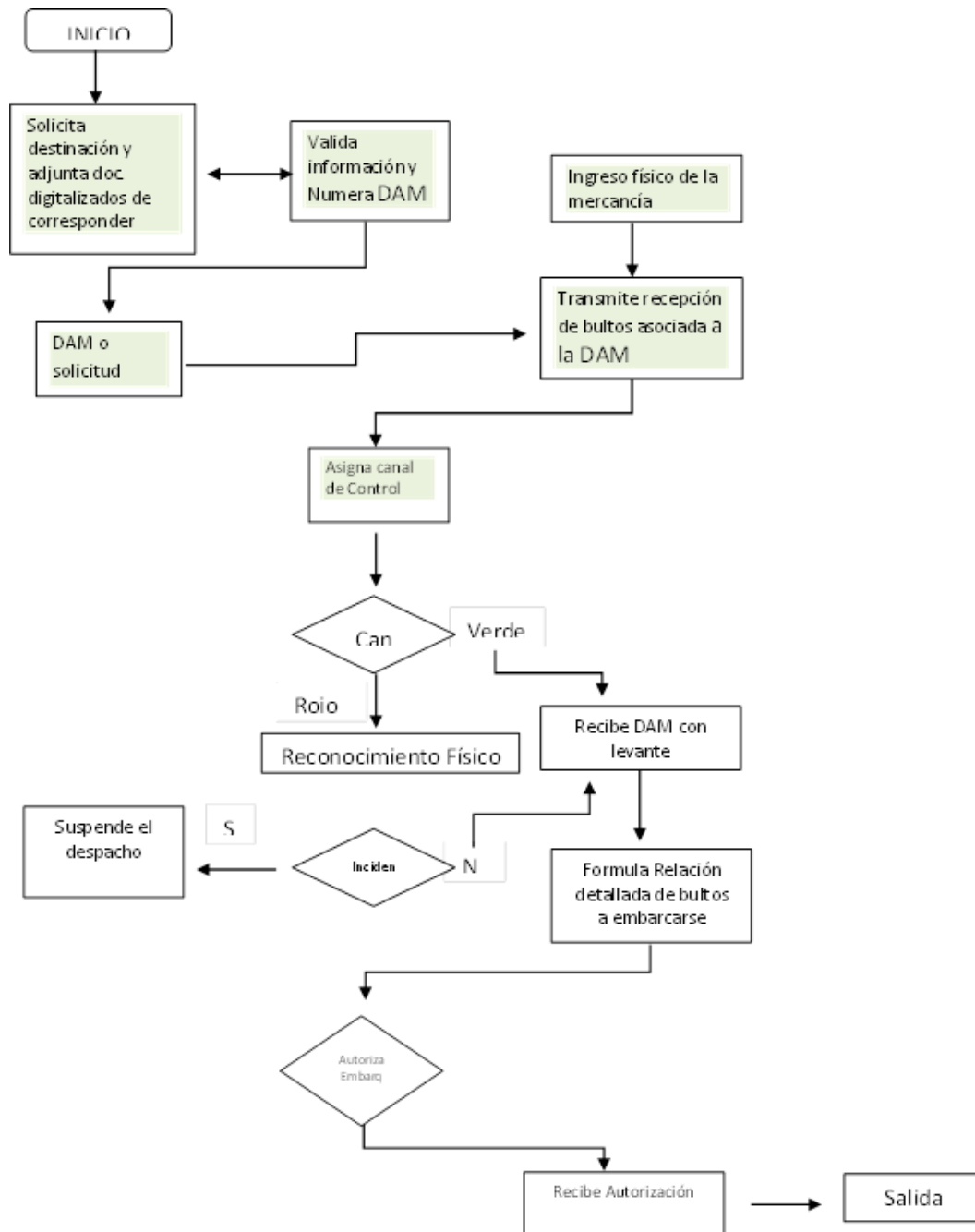
Se ha seleccionado el régimen de exportación definitiva

Es preciso mencionar, que para el desarrollo de este proyecto Export Perú S.A.C se beneficiará con el régimen del Drawback, en el cual el exportador obtiene la devolución del 3% del precio FOB de la mercancía a exportar.

Para lo cual se necesita tener RUC (Registro Único de Contribuyentes) y que no tenga condición de no habido. Cabe mencionar que este régimen no paga tributos aduaneros (SUNAT, 2020).

5.6.- Gestión aduanera del comercio internacional

Ilustración 16 Flujoograma de Gestión aduanera del comercio internacional



a) Transmisión de Datos Provisionales de la DAM.

Utilizando la clave electrónica asignada, en reemplazo a la firma manuscrita.

a) El SIGAD valida datos:

Ilustración 17 Validación de datos por parte de SIGAD

Ruc del exportador	Subpartida nacional del producto a exportar
Código del país de destino	Código del depósito temporal
Descripción de la mercancía a exportador	Nombre y Domicilio del consignatario
Autorizaciones	

Fuente: Elaboración Propia

De ser conforme, el SIGAD genera automáticamente el número correspondiente de la DAM provisional y el despachador de Aduana procede a imprimir la DAM para el ingreso de mercancía a la zona primaria.

Toda la información transmitida por el depósito temporal referida a la recepción de la mercancía es validada por el SIGAD; dado que es un requisito previo a la selección del canal de control de la DAM. Después se realizarán los siguientes pasos:

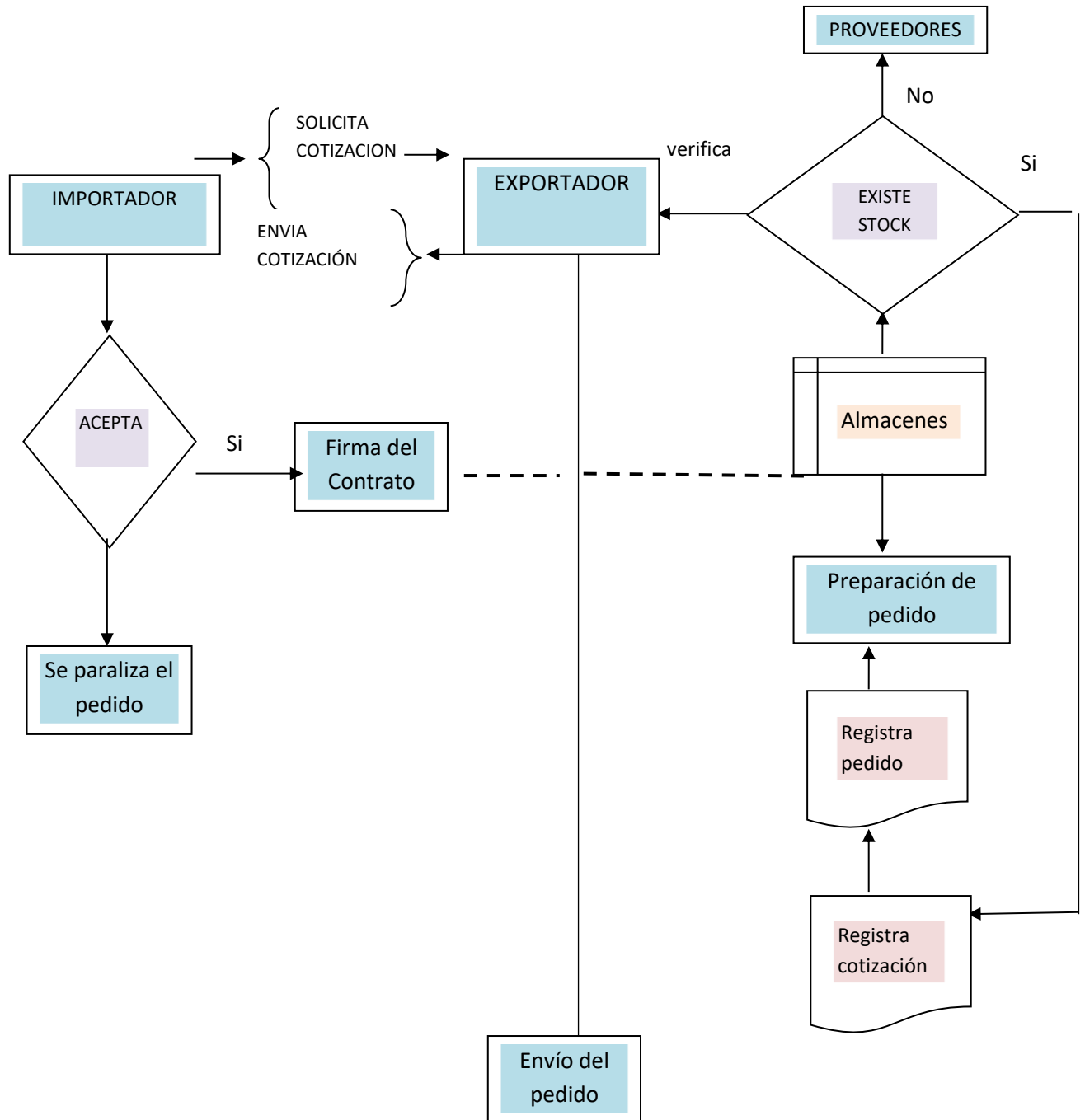
- ✓ El almacenero, concluida la recepción total de la mercancía, llevará un registro electrónico donde se consigne la fecha y hora de ingreso total de la mercancía, este es el refrendo de la DAM.
- ✓ Transmisión por vía electrónica de la información relativa a la recepción de la mercancía.

- ✓ El plazo es de 2 horas computadas a partir del momento en el que el despachador de aduana presenta la DAM al almacenista.
- ✓ El SIGAD valida la información transmitida.
- ✓ Se asigna canal.
- ✓ El almacenero debe estampar el sello de admitido/ingresado en la DAM.
- ✓ Reconocimiento Físico: El reconocimiento físico se efectúa en presencia del exportador y/o despachador de aduana y/o representante del almacén es en forma aleatoria.
- ✓ Control de Embarque: Las mercancías deben ser embarcadas dentro del plazo de treinta días calendario contados a partir del día siguiente la fecha de numeración de la DAM con datos provisionales.

Regularización de la Exportación: La regularización de la exportación se efectúa dentro del plazo máximo de 30 días calendario computados a partir del día siguiente del término del embarque.

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

Ilustración 18 Flujograma de Gestión de las operaciones de exportación de Agro Hongos E.I.R.L



Fuente: Elaboración Propia

Exportación:

El proceso de exportación inicia con la intención exportadora (existencia de producto) y las condiciones que este debe cumplir para su exportación, en pocas palabras si se cuenta con oferta exportable, que según (MINAGRI, 2018) se define como la integración de la capacidad productiva que tiene disponible para el mercado externo que cumpla con las exigencias y requerimientos del mercado objetivo, la capacidad económica y financiera de la empresa referente a los recursos necesarios para solventar una exportación y tener capacidad de gestión al desarrollar una cultura exportadora. Posteriormente se procede a la selección e investigación de un mercado, que consiste en la identificación, recopilación, análisis y difusión integral de la información con el fin de mejorar la toma de decisión y el aprovechamiento de las oportunidades de marketing. (Malhotra, 2008)

Operaciones de exportación:

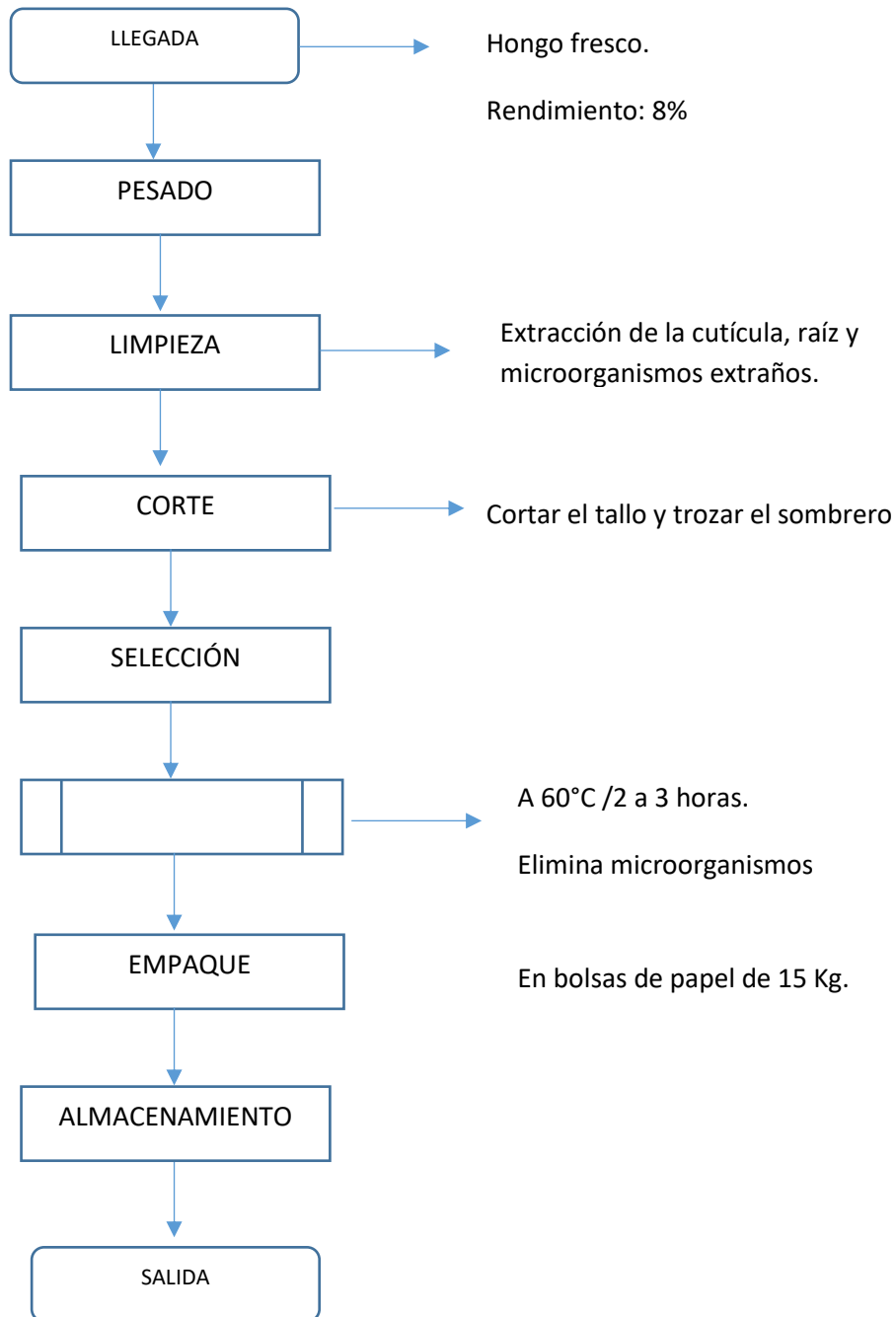
- a) Agro Hongos E.I.R.L (Exportador) recibe la cotización por parte del comprador mediante correo electrónico, de acuerdo al requerimiento el exportador verifica en almacenes, si dispone de la cantidad requerida y realiza el cálculo de la fecha a entregar de la mercancía solicitadas.
- b) El importador recibe dicha cotización y evalúa todas las condiciones: fecha de entrega, costos, medios y formas de pago; si los términos propuestos son de su conveniencia, este acepta o negocia algunos términos, y posteriormente firma el contrato de compra venta internacional con el exportador.
- c) El exportador procede con la preparación del producto y realiza los trámites correspondientes para la exportación de la mercancía.

- d) El exportador con esta confirmación realiza el packing y contrata los servicios de una empresa de transportes u operador logístico para la movilización de la carga hacia el destino.
- e) El exportador procederá a contratar los servicios de un operador logístico integrado, como anteriormente se mencionó o únicamente a un agente de aduana, quien se encargará de realizar los trámites de la salida de la mercancía, como numerar la DAM, gestionar la selección del canal y darle seguimiento a la mercancía.
- f) Los documentos como la factura, packing list, certificado de origen y fitosanitario se enviarán junto con la carga.

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

Flujo Grama.

Ilustración 19 Flujograma de Gestión de las operaciones de producción



Fuente: Elaboración Propia

Operaciones de producción del hongo deshidratado

1. Transporte del campo a la planta de empaque-Llegada

El acopio adecuado se realiza con 93% de humedad.

Ilustración 20 *Acopio del hongo*



Fuente: Elaboración Propia

2. Recepción-Pesado-Muestreo de Calidad

El ambiente donde se recibirán los hongos tiene que estar totalmente desinfectado para realizar el perlado que consiste en desechar el 10% que es la cutícula

Corte

Se cortarán los turiones para uniformizar el tamaño, de acuerdo a las normas de calidad del mercado de destino, además esta etapa servirá para eliminar cualquier defecto que se pueda presentar, el espesor de la rebanada es de 1.5 a 2.5cm.

Ilustración 21 Selección del Hongo y clasificación



Fuente: Elaboración Propia

3. Selección y Clasificación

Al momento de la selección, se produce aproximadamente el 5% de merma.

4. Preparación de empaques

Los turiones se agruparán según el calibre formando paquetes de 5.5 kilogramos de peso, los que se amarrarán con dos ligas de caucho para luego colocarlos verticalmente en las cajas de plástico corrugado.

5. Deshidratado

Para la etapa del deshidratado se dividiran en 2 partes; una consiste en el presecado solar que se realiza con plastico UV y el deshidratado se realizará en una máquina deshidratadora.

Ilustración 22 *Secado natural y artificial*



Fuente: Elaboración Propia

6.- PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1 Inversión Fija

6.1 1 Activos tangibles

Son los activos que en el balance general están compuestos maquinaria, muebles y enseres, equipo de oficina y propiedades, así como materiales que se utilizan en la producción. El valor de estos activos en nuestro proyecto asciende a S/. 37,225.00

A continuación, se detalla las inversiones:

Tabla 29 Inversión Fija Tangible

INVERSIÓN FIJA TANGIBLE

MAQUINARIA Y EQUIPO

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	IGV
Camara deshidratadora	3	10,000	30,000	11,800	35,400	5,400
Cortadoras	15	15	225	18	266	41
Bandejas	60	10	600	12	708	108
Balanza industrial	2	250	500	295	590	90
Carrito transportador	2	600	1,200	708	1,416	216
			32,525		38,380	5,855

MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	V. TOTAL
Mesas de aluminio	6	300	1,800	354	2,124	324
Escritorio	1	300	300	354	354	54
Silla	10	10	100	10	100	-
			2,200		2,578	378

EQUIPO DE COMPUTO

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	V. TOTAL
Computadora	1	2,500	2,500	2,950	2,950	450
			2,500		2,950	450

TOTAL INVERSIÓN FIJA TANGIBLE			37,225		43,908	6,683
--------------------------------------	--	--	---------------	--	---------------	--------------

Fuente: Elaboración Propia

6.1.2 Activos intangibles

Son Activos intangibles porque tienen la capacidad de generar beneficios económicos futuros que pueden ser controlados por la entidad económica y son susceptibles de valoración económica, en nuestro proyecto representan un valor total de S/. 1,862.00

En la siguiente tabla se detalla la Inversión intangible

Tabla 30 Inversión Intangible

INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE

CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	IGV
Elaboracion de minuta	1	350	350	413	413	63
Notario	1	207	207	244	244	37
Registro publico SUNARP	1	45	45	53	53	8
Registro de marca	1	535	535	631	631	96
			1,137		1,342	205

LICENCIAS Y OTROS

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	IGV
Analis de Laboratorio	1	275	275	275	275	-
Licencia de funcionamiento	1	150	150	150	150	-
Registro de marca ante indecopi	1	300	300	300	300	-
			725		725	-

TOTAL INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE			1,862.00	2,067	205
--	--	--	-----------------	--------------	------------

Fuente: Elaboración Propia

6.2. Capital de Trabajo

Es la disponibilidad con la que cuenta la empresa para poder desarrollar su gestión, en nuestra investigación se dispone de S/. 230,009.00

Tabla 31 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL
Capital de trabajo	1	230,009	230,009
			230,009

TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	230,009
---------------------------------	----------------

Fuente: Elaboración Propia

6.3. Inversión Total

La inversión es todo el desembolso de recursos financieros para adquirir la maquinaria, equipo e instrumentos necesarios de producción que la empresa utilizara en un periodo tiempo para el cumplimiento de su objetivo.

A continuación, se presenta la tabla de inversión proyectada:

Tabla 32 Inversión Total

DETALLE	COSTO TOTAL (S/)	COSTO TOTAL (\$)
Costo de Producción Directos	149,801.74	41,727.50
Costo de Producción Indirectos	2,250.00	626.74
Gastos administrativos	26,983.44	7,516.28
Gastos de exportacion	50,973.92	14,198.86
Costos de exportación directo	240.00	66.85
costos de exportación indirecto	50,733.92	14,132.01
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	230,009.10	64,069.39

Fuente: Elaboración Propia

6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

Conjunto de recursos necesarios que se necesita, para la operatividad normal del proyecto en su primer año, hasta que los ingresos generados cubran los gastos operativos de los años proyectados.

A continuación, se presenta la tabla de la estructura de inversión y financiamiento:

Tabla 33 Estructura de la inversión

Concepto	Importe	Porcentaje
Capital propio	199,096	73.99
Deuda (Crédito Bancario)	70,000	26.01
TOTAL INVERSION	269,096	100.00

Fuente: Elaboración Propia

La inversión fija tangible, corresponde a la inversión en maquinaria y equipo, muebles y enseres y equipos de cómputo, para dar inicio al proceso productivo. Esta inversión depreciara de acuerdo con el uso y según las normas contables.

En la tabla 34 se detalla el concepto de la inversión

Tabla 34 Inversión fija tangible

MAQUINARIA Y EQUIPO

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	IGV
Camara deshidratadora	3	10,000	30,000	11,800	35,400	5,400
Cortadoras	15	15	225	18	266	41
Bandejas	60	10	600	12	708	108
Balanza industrial	2	250	500	295	590	90
Carrito transportador	2	600	1,200	708	1,416	216
			32,525		38,380	5,855

MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	V. TOTAL
Mesas de aluminio	6	300	1,800	354	2,124	324
Escritorio	1	300	300	354	354	54
Silla	10	10	100	10	100	-
			2,200		2,578	378

EQUIPO DE COMPUTO

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	V. TOTAL
Computadora	1	2,500	2,500	2,950	2,950	450
			2,500		2,950	450

TOTAL INVERSIÓN FIJA TANGIBLE			37,225	43,908	6,683
--------------------------------------	--	--	---------------	---------------	--------------

Fuente: Elaboración Propia

La inversión fija intangible, corresponde a los gastos de instalación necesarios para dar formalidad a la empresa. Estos se podrán deducir como gastos tributarios de acuerdo con la situación de la empresa y hasta por un periodo de 10 años.

En la siguiente tabla se presenta el análisis de la inversión intangible.

Tabla 35 Inversión fija intangible

CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA							
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	IGV	
Elaboracion de minuta	1	350	350	413	413	63	
Notario	1	207	207	244	244	37	
Registro publico SUNARP	1	45	45	53	53	8	
Registro de marca	1	535	535	631	631	96	
			1,137		1,342	205	

LICENCIAS Y OTROS							
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	IGV	
Analis de Laboratorio	1	275	275	275	275	-	
Licencia de funcionamiento	1	150	150	150	150	-	
Registro de marca ante indecopi	1	300	300	300	300	-	
			725		725	-	

TOTAL INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE			1,862.00	2,067	205
--	--	--	-----------------	--------------	------------

Fuente: Elaboración Propia

Capital de trabajo corresponde a los recursos necesarios en la forma de activos corrientes, que deberá disponer el inversionista, para la operación normal del proyecto, hasta que los ingresos generados cubran los gastos de operación durante un período de tiempo.

Tabla 36 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO				PRECIO CON IGV	V. TOTAL	IGV
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL			
Capital de trabajo	1	230,009	230,009		230,009	
			230,009		230,009	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			230,009		230,009	
Inversión Inicial			269,096		275,983	6,887

Fuente: Elaboración Propia

6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito

Son los gastos generados por el financiamiento que se obtendrá para solventar parte del proyecto, el monto del crédito sería de S/ 70.000,00 que corresponde al 26% de la inversión total, los datos de las condiciones del crédito se detallan a continuación:

Tabla 37 Información de financiamiento en Scotiabank

Banco	SCOTIANBANK
Importe del crédito	S/. 70,000.00
Tasa de interés anual	6.51 %
Plazo en meses	36
Periodos anuales	3
Cuotas mensuales fijas	S/. 2,139.81

Fuente: Elaboración propia

Así mismo a continuación se detalla el análisis mensual del movimiento del crédito bancario

6.6. Presupuesto de costos

Son aquellos en los que se incurre directamente para la producción de los hongos. Están conformados por los costos fijos (tabla 29) que ascienden a un importe de S/. 142, 410.00; los costos por planillas de remuneraciones (tabla 30) que ascienden a S/. 278,230.00 anuales y los costos variables (tabla 31) por un importe de S/. 140,100.00

Tabla 39 Presupuesto de costos fijos

COSTOS FIJOS

AÑO 1				COSTO MENSUAL CON IGV	COSTO ANUAL CON IGV	IGV ANUAL
DETALLE	CANTIDAD	COSTO MENSUAL SIN IGV	COSTO ANUAL SIN IGV			
Costo de produccion directos						
hongos	150,000	0.71	106,500	0.84	125,670.00	19,170
sacos	4,200	1.50	6,300	1.77	7,434.00	1,134
indumentaria	96	50.00	4,800	59.00	5,664.00	864
Costo de produccion indirectos						
Luz	12	20.80	250	24.54	294.53	45
mantenimiento de planta	12	166.67	2,000	196.67	2,360.05	360
gastos administrativos						
alquiler local	12	500.00	6,000	590.00	7,080.00	1,080
contador externo	12	400.00	4,800	400.00	4,800.00	
telefono	12	400.00	4,800	472.00	5,664.00	864
luz	12	150.00	1,800	177.00	2,124.00	324
agua	12	150.00	1,800	177.00	2,124.00	324
materiales oficina/aseo	12	200.00	2,400	236.00	2,832.00	432
etiquetas	800	0.30	960	240.00	2,880.00	1,920
			142,410		168,927	26,517

Fuente: Elaboración propia

Tabla 40 Planilla de remuneraciones

TRABAJADOR	RETRIB. ECON. MENS	AÑO 1							ANUAL	MENSUAL
		RETRIB. ECON. ANUAL	ESSALUD	GRATIFICACIÓN	CARGA FAMILIAR	CTS	VACACIONES			
Gerente general	4,446	53,351	1,067	-	-	-	2,223	56,641	4,720	
Jefe de produccion	3,008	36,102	3,249	6,017	-	3,510	3,008	51,886	4,324	
operarios	6,831	81,975	7,378	13,663	-	7,970	6,831	117,817	9,818	
jefe de comercializacion	3,008	36,102	3,249	6,017	-	3,510	3,008	51,886	4,324	
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
								278,230	23,186	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 41 Presupuesto de costos variables

AÑO 1													TOTAL ANUAL
COSTOS VARIABLES	AÑO 1												
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Flete Incahuasi - San paulo				36,000				36,000				36,000	108,000
Operador Logistico - RANSA				650				650				650	1,950
Certificado de origen				50				50				50	150
Certificado fitosanitario				200				200				200	600
Seguro internacional				1,800				1,800				1,800	5,400
Publicidad		1,500		1,500		1,500		1,500		1,500		1,500	9,000
Viaticos			500	500			500	500			500	500	3,000
Diversos	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	12,000
totales	1,000	2,500	1,500	41,700	1,000	2,500	1,500	41,700	1,000	2,500	1,500	41,700	140,100

Fuente: Elaboración Propia

6.7. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es importante porque nos permite evaluar la rentabilidad de la empresa en nuestro estudio es el indicador de cuanto tenemos que vender para cubrir nuestros gastos fijos, variables y remuneraciones.

A continuación, se detalla el punto de equilibrio necesario para el periodo proyectado de producción

Tabla 42 Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO EN SOLES

IT = CT

CT = CF + CV

	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Punto de equilibrio en soles	564,539	570,119	583,078	625,242	641,202

Fuente: Elaboración Propia

6.8. Tributación de la exportación

Es el régimen aduanero que te permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior, no está afecta a tributo alguno. Los pagos que deberá realizar corresponden al traslado de la mercancía y está sujeta a las tarifas definidas por la empresa que brinde el servicio de transporte internacional, agenciamiento, traslados internos, etc.

La SUNAT aplicará los controles pertinentes para garantizar el correcto cumplimiento de la normatividad vigente.

La exportación no está gravada con tributo alguno.

Debe contratar los servicios de un Agente de aduana el cual solicitará la numeración de la Declaración Aduanera de Mercancías, puedes consultar los agentes de aduana autorizados la sección Operador de Comercio Exterior (OCE).

Puedes realizar el embarque directo de mercancía especial (aquella que, por su naturaleza o condición, requiere un tratamiento logístico diferenciado) desde el local que designe el exportador, siempre y cuando cumpla con los requisitos de infraestructura necesarios para el reconocimiento físico en caso la declaración sea seleccionada a canal rojo.

No procede la exportación definitiva de mercancías prohibidas.

La exportación de mercancías restringidas está sujeta a la presentación de autorizaciones según corresponda. Puedes conocer más acerca de estas mercancías puedes ingresar al siguiente enlace:

REQUISITOS

Exportador:

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. Número del Registro único de contribuyente (RUC) 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° 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.

Mandato

El mandato faculta al agente de aduana a numerar, rectificar, regularizar o legajar la declaración. El mandato se otorga antes de la numeración de la declaración

El dueño o consignante otorga el mandato

- a. Si cuenta con número de RUC, mediante medios electrónicos, de acuerdo a lo establecido en el procedimiento específico “Mandato electrónico” DESPA-PE.00.18.

- b. Si no está obligado a inscribirse en el RUC, mediante poder especial otorgado en instrumento privado ante notario público.

Cómo tramitar el Mandato Electrónico: <https://www.youtube.com/watch?v=WYdJh-leWdQ>

Documentos que amparan la exportación

- Declaración
- Comprobante de Pago: Factura o boleta de venta electrónica o la emitida físicamente en contingencia. De no existir la obligación de emitirla, se señala esta condición en la declaración.
- Documento de Transporte: Según el medio de transporte a utilizar (conocimiento de embarque, carta de porte aéreo o carta de porte terrestre);
- Para las mercancías restringidas, el documento de control emitido por la entidad competente conforme lo establece el procedimiento específico “Control de mercancías restringidas y prohibidas” DESPA-PE.00.06.
- Otros documentos que la naturaleza u origen de la mercancía del despacho exija.

6.9. Presupuesto de ingresos

Los ingresos proyectados se determinaron en base al costo total CIP y la determinación y el total de kilos a producir de acuerdo nuestra proyección. Así se determinó el costo unitario al que se procedió a incrementar un 40% de utilidad para determinar el precio de venta. Se proyecta un incremento porcentual de 10% con relación al año anterior.

Tabla 43 Presupuesto de ingresos

	SOLES	DOLARES
Costo Total CIP	560,739.19	156,195
Cantidad (Kg)	36,000	36,000
Costo Unitario	15.58	4.34
Utilidad esperada (40%)	21.81	6.07

Precio kg. Propuesto	21.81	6.08
Precio de mercado	23.41	6.52

INGRESOS SIN IGV													
INGRESOS OPERATIVOS													
DETALLE	MESES DEL AÑO 1												TOTAL
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Precio x kilo sin IGV				21.81				21.81					21.81
Cantidad (kilos)				12,000				12,000					12,000
				261,720				261,720					261,720
Total de ingresos proyectados				261,720				261,720					261,720
													785,160

Fuente: Elaboración Propia

6.10 Presupuesto de egresos

Son los componentes necesarios para la operatividad de la empresa, está compuesto por los costos de producción directos e indirectos, los gastos administrativos y los gastos de explotación directos e indirectos, el análisis de estos gastos se presenta en la tabla continua.

Tabla 44 Presupuesto de egresos

CAPITAL DE TRABAJO (Cuatrimestral)		Presentacion :Sacos de doble papel de 15 Kg			
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (S/.)	COSTO TOTAL (S/)	COSTO TOTAL (\$)
Costo de Producción Directos				149,801.74	\$ 41,727.50
Hongo	kg	150,000	0.71	107,142.86	\$ 29,844.81
Sacos	Unidades	1,400	1.50	2,100.00	\$ 584.96
Jefe de produccion	Jornal	4	3,008.48	12,033.92	\$ 3,352.07
Mano de obra directa (Operarios)	Jornal	24	1,138.54	27,324.96	\$ 7,611.41
Indumentaria	Operario	24	50.00	1,200.00	\$ 334.26
Costo de Producción Indirectos				2,250.00	\$ 626.74
Luz	kWh	1,000	0.25	250.00	\$ 69.64
Mantenimiento de planta	Mensual	4	500.00	2,000.00	\$ 557.10
Gastos administrativos				26,983.44	\$ 7,516.28
Alquiler del local	Mensual	4	1,000.00	4,000.00	\$ 1,114.21
Gerente general	Mensual	4	4,445.86	17,783.44	\$ 4,953.60
Contador externo	Mensual	4	400.00	1,600.00	\$ 445.68
línea de teléfono	Mensual	4	400.00	1,600.00	\$ 445.68
Luz	Mensual	4	150.00	600.00	\$ 167.13
Agua	Mensual	4	150.00	600.00	\$ 167.13
Materiales de oficina y aseo	Mensual	4	200.00	800.00	\$ 222.84
Gastos de exportacion				50,973.92	\$ 14,198.86
Costos de exportación directo				240.00	\$ 66.85
Etiqueta	Unidades	800	0.30	240.00	\$ 66.85
costos de exportación indirecto				50,733.92	\$ 14,132.01
Jefe de comercializacion	Mensual	4	3,008.48	12,033.92	\$ 3,352.07
Flete Incahuasi-Sao Pablo	Saco	800	45.00	36,000.00	\$ 10,027.86
Operador Logístico -RANSA	Exportación	1	650.00	650.00	\$ 181.06
Certificado de origen	Exportación	1	50.00	50.00	\$ 13.93
Certificado fitosanitario	Exportación	1	200.00	200.00	\$ 55.71
Seguro Internacional	Exportación	1	1,800.00	1,800.00	\$ 501.39
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO				S/ 230,009.10	\$ 64,069.39

Fuente: Elaboración Propia

6.11. Flujo de caja proyectado

Es el resumen de los ingresos y egresos de efectivo esperados en la ejecución de las actividades en un periodo de tiempo, de gran importancia para determinar la liquidez de la empresa.

A continuación, se presenta el flujo de caja proyectado:

Tabla 45 Flujo de caja (Económico y Financiero)

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		785,160	863,676	950,044	1,045,048	1,149,553
Ingresos operativos		785,160	863,676	950,044	1,045,048	1,149,553
COSTO Y GASTOS		568,087	575,092	589,567	632,590	648,549
Costos fijos		420,639	420,639	427,760	463,059	470,909
Costos Variables		140,100	147,105	154,460	162,183	170,292
Depreciación		6,975	6,975	6,975	6,975	6,975
Amortización intangible		372	372	372	372	372
UTILIDAD OPERATIVA		217,073	288,584	360,476	412,458	501,003
Impuesto renta	RER1.5% MENSUAL ING. NETOS	11,777	12,955	14,251	15,676	17,243
UTILIDAD NETA		205,296	275,629	346,226	396,782	483,760
Depreciación		6,975	6,975	6,975	6,975	6,975
Amortización intangible		372	372	372	372	372
Valor Residual						2,350
Inversiones		(269,096)				
FLUJO DE CAJA ECONOMICO		(269,096)	212,643	282,977	353,573	404,130
FCF ACUMULADO		(269,096)	(56,453)	226,524	580,097	984,227

Determinación del COK

TREMA Inversionista 1	13%
Participación Inversionista 1	100.00%

COK 0.00%

Fuente: Elaboración Propia

6.12. Estado de Ganancias y Pérdida

El Estado de Resultados consiste en mostrar detalladamente los ingresos y gastos en un periodo de tiempo, así como el resultado económico del mismo

La utilidad que el proyecto generó en el primer año es de S/. 201,869.00, (tabla 36) la misma que se incrementará en los próximos años.

Tabla 46 Estado de Ganancias y Perdidas

RECURSOS	Expresado en Soles por año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) VENTAS NETAS	785,160	863,676	950,044	1,045,048	1,149,553
(-) COSTO DE PRODUCCION	312,112	312,112	319,233	343,680	351,530
UTILIDAD BRUTA	473,048	551,564	630,811	701,368	798,023
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	71,641	72,391	73,178	79,669	80,537
(-) GASTOS DE VENTAS	176,986	183,241	189,809	201,894	209,135
(-) DEPRECIACIÓN	6,975	6,975	6,975	6,975	6,975
UTILIDAD OPERATIVA	217,446	288,957	360,849	412,831	501,376
(+) INGRESOS FINANCIEROS					
(+) INGRESOS VARIOS					
(-) GASTOS FINANCIEROS	3,800	2,375	858		
(-) GASTOS VARIOS					
UTILIDAD ANTES IMPUESTO	213,646	286,582	359,990	412,831	501,376
(-) IMPUESTO A LA RENTA	11,777	12,955	14,251	15,676	17,243
UTILIDAD NETA	201,869	273,626	345,740	397,155	484,133

Fuente: Elaboración Propia

6.13. Evaluación de la Inversión

6.13.1.- Evaluación Económica

En la presente propuesta se utilizará tres métodos para determinar la factibilidad del proyecto teniendo en cuenta los efectos de la inflación y los efectos de IGV, estos son:

TIRE, PRIE y B/C Económico

Tabla 47 Evaluación Económica

	COK	VALOR
VANE	0.00%	1,477,685
TIRE		97.50%
PRIE		1.36
B/C Economico		S/. 6.49

2 Ultimo año negativo

EFFECTO DE LA INFLACIÓN

	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
FCF	(269,096)	212,643	282,977	353,573	404,130	493,458
Inflación proyectada		3.30%	3.20%	3.10%	3.00%	2.80%
FCE Despues de la Inflación	(269,096)	205,626	273,921	342,612	392,006	479,641
FCF ACUMULADO	(269,096)	(63,470)	210,452	553,064	945,070	1,424,711

	COK	VALOR
VANE	0.00%	1,424,711
TIRE		94.57%
PRIE		1.39
B/C Economico		S/. 6.29

2 Ultimo año negativo

EFFECTO DEL IGV

	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
FCF	(269,096)	212,643	282,977	353,573	404,130	493,458
Impuesto General a las ventas	-	-	-	-	-	-
FCF Despues del pago IGV	(269,096)	212,643	282,977	353,573	404,130	493,458
FCF ACUMULADO	(269,096)	(56,453)	226,524	580,097	984,227	1,477,685

	COK	VALOR
VANE	0.00%	1,477,685
TIRE		97.50%
PRIE		1.36
B/C Economico		S/. 6.49

2 Ultimo año negativo

Fuente: Elaboración Propia

6.13.2. Evaluación Financiera

En la evaluación financiera de la propuesta también estará en base a tres métodos para determinar la factibilidad del proyecto teniendo en cuenta los efectos de la inflación y los efectos de IGV, estos son: TIRE, PRIE y B/C Económico

Tabla 48 Evaluación Financiera

EFECTO DE LA INFLACIÓN						
	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
FCF	(199,096)	233,049	303,904	377,534	404,130	493,458
Inflación proyectada		3.30%	3.20%	3.10%	3.00%	2.90%
FCE Despues de la Inflación	(199,096)	225,359	294,179	365,831	392,006	479,147
FCF ACUMULADO	(199,096)	26,263	320,442	686,272	1,078,278	1,557,425

	WACC	VALOR
VANF	11.24%	S/. 1,044,169
TIRF		133.62%
PRIF		0.23
B/C Financiero		S/. 6.24

1 Ultimo año negativo

EFECTO DEL IGV						
	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
FCF	(199,096)	233,049	303,904	377,534	404,130	493,458
Impuesto General a las ventas	-	(79,996)	(88,011)	(96,812)	(106,493)	(117,143)
FCE Despues del pago IG	(199,096)	153,053	215,893	280,722	297,637	376,315
FCF ACUMULADO	(199,096)	(46,043)	169,850	450,572	748,209	1,124,524

	WACC	VALOR
VANF	11.24%	S/. 732,105.37
TIRF		98.53%
PRIF		0.29
B/C Financiero		S/. 4.68

1 Ultimo año negativo

Fuente: Elaboración propia

6.13.3. Evaluación social

Impactos sean planificados o no, en un proyecto o programa social, son los efectos a mediano y largo plazo, en determinada población y su entorno. Se producen en el desarrollo de cualquier plan de manera variada, afectando positiva o negativamente los objetivos presupuestados. El ámbito social está compuesto por muchas complejidades y sus fenómenos, tiene muchas causas que influyen en los resultados obtenidos.

En el proyecto expuesto en las páginas previas el objetivo de exportar hongos comestibles (*suillus luteus*) del distrito de Incahuasi al mercado brasileño es todo un reto; que busca eficacia y utilidad.

Cuadro 5 Conclusiones de la evaluación social

Conclusiones de la evaluación social	
1	Las tareas de exportación, originara la creación de puestos laborales. En forma directa o indirecta, su efecto generará cohesión social, participación y reducirá las desigualdades sociales de la zona.
2	Aumento en los ingresos para los involucrados en el proyecto
3	Su desarrollo servirá como modelo para otras organizaciones
4	Aporte a la economía y dinámica local del sector con la creación de nueva empresa eco sostenible
5	Aporte a la nutrición
6	Cambio en la ocupación de los productores

Fuente: Elaboración Propia

6.13.4 Impacto ambiental

Cualquier alteración en el sistema ambiental, Biótico, Abiótico y socioeconómico, que sea adverso o beneficioso, total o parcial que pueda ser atribuido al desarrollo de un proyecto, obra o actividad. (MADT, 2014)

Cuadro 6 Impacto ambiental

Conclusiones del Impacto Ambiental	
1	Preservación de la fauna al no afectar el ecosistema
2	Conservación de la diversidad de la flora al no hacer gran remoción de cobertura vegetal.
3	Contribución al flujo de energía gracias a los procesos metabólicos de los hongos en la planta de producción

4	Cambio del paisaje
---	--------------------

Fuente: Elaboración Propia

6.14.-Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

El Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC), también conocido por su acrónimo en inglés de WACC por Weighted Average Cost of Capital, es simplemente el costo de las fuentes de capital, que se utilizaron en financiar los activos estructurales (permanentes o de largo plazo) de la firma. Entendiéndose estas fuentes en su forma más amplia posible, esto es como deuda y equity.

Tabla 49 Costo del Capital de trabajo

Determinación de la WACC

Costo del patrimonio (COK)	13%
Participación del patrimonio	73.99%
Costo Financiamiento	7%
Participación de terceros	26.01%
Impuesto a la renta	4.03%
WACC	11.24%

	WACC	VALOR
VANE	11.24%	S/. 1,083,759
TIRF		137.70%
PRIF		0.11
B/C Financiero		6.44

Fuente: Elaboración Propia

El 11.24% representa a la empresa la reducción del impuesto a la renta, por incluir a los intereses como gastos deducibles.

6.15.-Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Toda posición en una moneda diferente a la local, incluyendo el oro, implica riesgo. En consecuencia, por cada moneda con posición significativa, existe un factor de riesgo asociado a cada tipo de cambio.

La evaluación y administración del riesgo cambiario es una tarea que debe involucrar, además del área financiera de una empresa, a la alta gerencia, de modo que las decisiones que se tomen cuenten con el respaldo necesario.

Tabla 50 Cuadro de riesgo del tipo de cambio

DIFERENCIA CAMBIARIA			
T.C	\$ / S/.		
COMPRA	3.596		
VENTA	3.608		
DIFERENCIA	0.012	Perdida por convertirlo a S/.	
PERDIDA POR CAMBIO	S/.	\$	
VALOR EXPORTACION	630,000.00	174,611.97	
COMPRA X BANCO	627,904.66	174,611.97	
DIFERENCIA DE CAMBIO	2,095.34		

Fuente: Elaboración Propia

Cuando cambie los dólares producto de la exportación
Perderá S/. 0.012 por dólar. Total, en S/. 2,095.34

LA DEPRECIACION DE LA MONEDA NACIONAL EMPEORA EL SALDO COMERCIAL, PERO MEJORARA LA COMPETITIVIDAD EN NUESTRAS EXPORTACIONES

7.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1.- Conclusiones

- Después de un arduo análisis de investigación de la parte teórica y práctica del proyecto, se puede demostrar que es un trabajo viable y rentable.
- El hongo comestible es un producto orgánico y muy nutritivo que contribuye con la tendencia de comida saludable a nivel mundial y que se puede servir en un platillo como gourmet, lo cual es muy llamativo para los restaurantes que quieran brindar algo innovador en su carta.
- La empresa Agro hongos al no contar con socios, se ha considerado que sea registrada como una empresa individual de responsabilidad limitada (E.I.R.L)
- La empresa ha optado por alquilar una oficina en Incahuasi cerca a los productores de hongo comestible con la finalidad de ahorrar en transporte, dicha oficina también tendrá un almacén que servirá como centro de acopio y embalaje.
- Uno de los puntos más importantes y valor agregado que la empresa tiene para poder ser competencia, es que su producto se adecua a la tendencia saludable y gourmet que ofrecen los restaurantes de clase media y alta. Por ello la demanda siempre estará en Sao Paulo, al ser una ciudad con atractivos turísticos.
- En la parte económica – financiera del plan de negocio presentado anteriormente, se obtiene una TIR financiera de 137.70% y un VAN financiero de S/. 1083,759 positivos.

7.2.- Recomendaciones.

- Es recomendable para los lectores de este proyecto que siempre busquen la forma de incurrir en menores costos debido a que al incurrir en menos costos las ganancias serán mayores.
- Se recomienda que se utilicen al máximo las plataformas online con la finalidad de obtener la mayor información posible para poder elegir el más optimo mercado de destino
- Se recomienda que, al momento de hacer un financiamiento, los interesados hagan una homologación bancaria con la finalidad escoger la menor tasa de interés.
- Se recomienda que los emprendedores se acojan a incentivos que brinda el estado a las exportaciones como el drawback y o los acuerdos internacionales, que disminuyen las barreras de exportación.
- Finalmente es recomendable que se investiguen las ferias internacionales que hay en el mercado objetivo con la finalidad de participar y mostrar el producto que se va a ofrecer.

BIBLIOGRAFÍA

- Superintendencia nacional de administración tributaria (SUNAT). (S.f.). *Características de las micro y pequeñas empresas*. Recuperado en noviembre 2020, de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/caracteristicas-microPequenaEmpresa.html>
- Municipalidad de Ferreñafe. (s.f.). *Licencias de funcionamiento*. Recuperado en diciembre del 2020, de http://www.muniferrenafe.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=168&Itemid=151
- Gobierno del Perú. (2020). *Regímenes tributarios*. Recuperado en diciembre del 2020, de <https://www.gob.pe/280-regimenes-tributarios>
- Superintendencia nacional de administración tributaria (SUNAT). (2019). *Tramites virtuales personas*. Recuperado en noviembre del 2020, de <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/personas-menu/ruc-personas/tramites-virtuales-personas>
- SUNAT. (2020). *Orientación mypes – régimen laboral*. Recuperado en noviembre del 2020, de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>
- Gestión (2018). *Tipos de contratos laborales y sus beneficios*. Recuperado en noviembre del 2020, de <https://gestion.pe/economia/management-empleo/son-tipos-contrato-laborales-beneficios-238789-noticia/>

- SUNAT (2020). *Tratamiento arancelario por subpartida nacional*. Recuperado en octubre del 2020, de <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>
- ITC (2020). *Trade Map importaciones*. Recuperado en octubre del 2020, de https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c15%7c%7c%7c0712%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c3%7c1%7c1%7c1
- ITC (2020). *Trade Map exportaciones*. Recuperado en octubre del 2020, de https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c15%7c%7c%7c0712%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c3%7c1%7c1%7c1
- ITC (2020). *Trade Map exportaciones de hongos comestibles en Perú*. Recuperado en octubre del 2020, de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c%7c%7c0712%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
- Santander (s.f.). *Analizar mercados – Brasil*. Recuperado en noviembre del 2020, de https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/brasil/presentacion-general?url_de_la_page=%2Fes%2Fportal%2Fanalizar-mercados%2Fbrasil%2Fpresentacion-general&&actualiser_id_banque=oui&id_banque=7&memoriser_choix=memoriser

- Oficina de información diplomática de Brasil (2017). *Geografía de Brasil*. Recuperado en octubre del 2020, de http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/BRASIL_FICHA%20PAIS.pdf
- ITC (2020). *Trade Map Brasil*. Recuperado en noviembre del 2020, de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c076%7c%7c%7c0712%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
- Business School CEIPA (2017). *Misión académica cultural y empresarial Brasil*. Recuperado en noviembre del 2020, de <http://isolutions.ceipa.edu.co/recursos/ceipa/brasil.pdf>
- MINCETUR (2019). *Tendencias del consumidor y características del mercado*. Recuperado en noviembre del 2020, de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/brasil/Html5/data/index.html?id=297
- ITC (2020). *Países importadores de hongos comestibles*. Recuperado en noviembre del 2020, de https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c0712%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
- SIICEX (2009). *Guía de envases y embalajes*. Recuperado en noviembre del 2020, de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/188937685rad66DEB.pdf>

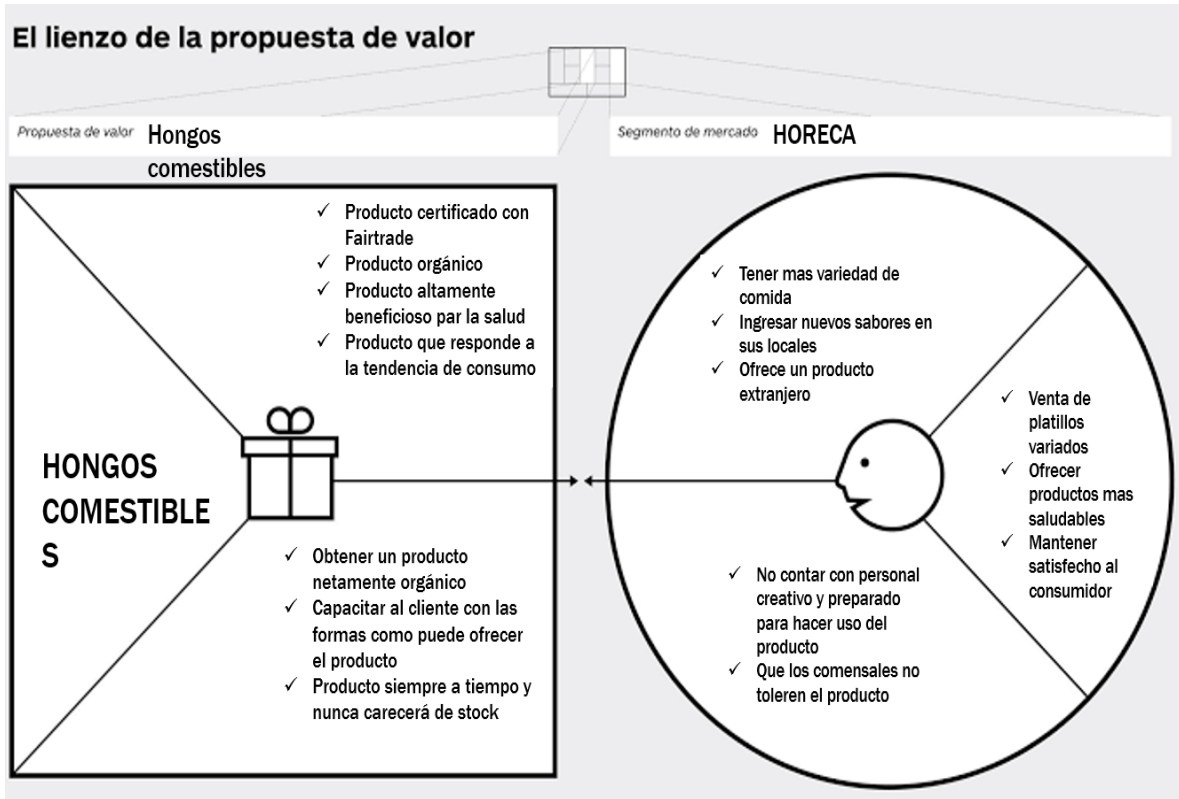
- Negocios Internacionales Fernanda (s.f.). *Distribución física internacional*. Recuperado en noviembre del 2020, de <https://sites.google.com/site/negociosintfernanda/home/distribucion-fisica-internacional>
- TIBA (s.f.). *Seguro de transporte de mercancías*. Recuperado en noviembre del 2020, de <https://www.tibagroup.com/es/seguro-transporte-mercancias#:~:text=El%20seguro%20de%20transporte%20es%20un%20contrato%20que%20cubre%20las,con%20el%20hecho%20de%20transporte>.
- DSV (2020). *Tipos de incoterms 2020*. Recuperado en noviembre del 2020, de <https://www.es.dsv.com/About-DSV/informacion-transporte-logistica/tipos-de-incoterms-2020>

ANEXOS

ANEXO N°1: Modelo Canvas del Plan de exportación de hongos comestibles.

SOCIO CLAVE	ACTIVIDAD CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACION CON LOS CLIENTES	SEGMENTO DE MERCADO
<ul style="list-style-type: none"> • Productores de Incahuasi. • RANSA 	<ul style="list-style-type: none"> • Exportación de hongo comestible • Aseguramiento de calidad para la fidelización de clientes 	<p>• Calidad: Producto que cuenta con alto contenido proteico, rico en minerales como hierro, calcio, fósforo, potasio y vitaminas de complejo B y C y bajo en calorías</p> <p>• Certificación: Precio Justo o Fair trade, esta certificación es básicamente una alternativa al comercio convencional</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Asistir a ferias internacionales para captar clientes • Envío de muestras • Brindar atención durante todo el proceso logístico 	<ul style="list-style-type: none"> • Producto dirigido a segmento Horeca (hoteles, restaurantes, casinos) de clase media alta de Sao Paulo, Brasil.
	<p>RECURSOS CLAVES</p>		<p>CANALES</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> • Mano de obra calificada • Control de Calidad • Optimización del proceso 		<ul style="list-style-type: none"> • Ferias Internacionales • Ruedas de Negocios • Internet 	
<p>ESTRUCTURA DE COSTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos fijos y variables • Gastos fijos y variables 		<p>FUENTES DE INGRESO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Financiamiento propio • Financiamiento bancario 		

ANEXO N°2: Lienzo de la propuesta de valor



ANEXO N°3: Cotización de Ransa

BU200905
PROFORMA DE SERVICIOS



PROFORMA EN USD:	2020-40-003234	Fecha	21/11/2020
Señores:	AGRO HONGOS E.I.R.L	Raúl Muro	RUC: XXXXXXXXXXXX
Régimen	40	-	-
Aduana	PAITA	TIPO CNTR	20DRY
Nave/Avión	por confirmar	N° Contenedor	1
Comodity	HONGOS SECOS	Destino	SAO PAULO BRASIL
Partida Arancelaria	0712390000		
FLETE TERRESTRE	SAO CRISTOVAO LOGISTICA LTDA (Cod.2575)	\$	10,027.86

SLI = Servicio Logístico Integral, Incluye:

Agencia de Aduana
Coordinación Logística
Retiro e ingreso de Cntr.
V°B°
Senasa
Movilidad de Senasa
Certificado de Origen

Servicio Incluye :

Envío de Draft
Envío de matrices
Monitoreo de unidades por GPS
Entrega de DAM regularizadas será en un plazo no mayor de 10 días
Transmisión de la información VGM

Condiciones de pago: CONTADO

Observaciones :

En monto de la cotización presentada , está sujeto a variación por incremento que puedan realizar los integrantes de la cadena Logística .

Tarifas no incluye IGV

CTAS. CTES A NOMBRE DE: RANSA PERU SA	
CTA. CTE. BCP USD	455-2600470-1-42
CTA. CTE. BCP SOLES	455-2618313-0-64

ANEXO N°4: Cotización de Beagle



Perú, Noviembre 2020

Señores:
AGRO HONGOS E.I.R.L
Presente.-

A continuación se detalla las tarifas para los servicios solicitados, las mismas que son unitarias en función al tipo de contenedor, lugar de llenado y Transportista Transalex Cargas Ltda. con código N°0176

UNIDAD	
CAPACIDAD DEL CAMION (M3)	15.00
COSTO POR VIAJE \$.	11,000.00
CAPACIDAD DEL CAMION (KG)	12,000.00
FLETE POR KG	3.29

Tarifa no incluye IGV

AFORO FÍSICO EN PLANTA:

CANAL ROJO: US\$ 50.00 más IGV

Servicios Incluidos:

Transporte Terrestre

- Desde almacén en Incahuasi hasta Sao Paulo-Brasil.
- Monitoreo de la unidad.
- Certificación BASC de Unimar
- Tiempo de carga: 6 horas.
- Seguro de carga

Agenciamiento de Aduana

- Numeración de la DAM.
- Regularización de la exportación.
- Numeración Aleatorio
- Precinto de aduana.
- Comisión de agente de aduana.
- Entrega de DAM regularizada.
- Trabajamos con la agencia: Scharff, con certificación BASC y OEA

Con la finalidad de validar nuestra propuesta mucho agradeceremos se sirvan remitirnos previo a la operación, la aceptación de la misma a la siguiente dirección electrónica:
afranco@beagle.com.pe

Agnes Franco
Negocios Logísticos
958791065

ANEXO N°6: Tasas de interés de créditos hipotecarios

Tasas de interés de créditos hipotecarios (%)

Bancos	31/12/2019 (%)	18/05/2020 (%)
BBVA	6.61	6.60
Comercio	8.89	
Crédito	6.95	6.91
Pichincha	9.29	9.09
BIF	7.86	7.46
Scotiabank	6.84	6.51
Interbank	6.70	6.88
Mibanco	14.14	14.98
GNB	8.73	
Promedio	7.00	7.00

Fuente: SBS