FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

EXPORTACIÓN DE JENGIBRE ORGÁNICO EN POLVO EN DOYPACKS AL MERCADO DE NUEVA YORK-ESTADOS UNIDOS

PRESENTADO POR

MITZI GLORIA RIOS MORI

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

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

LIMA – PERÚ

2021

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

EXPORTACIÓN DE JENGIBRE ORGÁNICO EN POLVO EN DOYPACKS AL MERCADO DE NUEVA YORK – ESTADOS UNIDOS

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

PRESENTADO POR:
MITZI GLORIA RIOS MORI

LIMA, PERÚ

2021

DEDICATORIA

Dedico la siguiente investigación a Dios y a mis padres quienes fueron el soporte a la largo del desarrollo y elaboración de este trabajo, del esfuerzo materializado en el presente Plan de Negocio.

AGRADECIMIENTO

Reitero mi agradecimiento a Dios y mis padres por contribuir, sostenerme, motivarme y ser el pilar que necesitaba para concretar mi formación humanitaria y profesional.

Agradezco también de manera muy especial a mi alma mater, la Universidad San Martin de Porres, a la facultad de Ciencias Administrativa y Recursos Humanos, a nuestros asesores, por los conocimientos, competencias y habilidades transmitidas durante este periodo que indudablemente me acompañarán a lo largo de mi vida personal y profesional.

Asimismo, agradezco a todas las empresas que han colaborado brindando información, cotizaciones, tarifas y demás, para poder alimentar la presente investigación.

CONTENIDO

INDICE DE TABLA

ÍNDICE DE FIGURAS

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan tiene como objetivo implementar una idea de negocio basada en la exportación del jengibre en polvo orgánico al mercado de Nueva York, Estados Unidos, pues actualmente, los ciudadanos crean nuevas tendencias y patrones de consumo orientados a la búsqueda de productos con altas bondades nutricionales y medicinales que contribuyan con el fortalecimiento y cuidado de la salud, que sobresalgan y se diferencien del resto no solo por la calidad del producto sino también por su aporte con el cuidado del medio ambiente, la responsabilidad con todos los actores que intervienen en la cadena de valor y su versatilidad.

Bajo ese panorama, nace PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC una empresa legalmente constituida que busca posicionarse en el mercado de categorías orgánicas con un producto de calidad, saludable y versátil que involucra no solo materia prima premium sino también un capital humano comprometido y especializado orientados al cumplimiento de satisfacer las expectativas del cliente con el producto que se va a comercializar. Es por ello que para determinar la factibilidad del plan de negocio se evaluaron y analizaron cinco aristas importantes para conocer la factibilidad de la idea de negocio que son: Organización y Aspectos Legales, plan de Marketing Internacional, plan de Logística Internacional, plan de Comercio Internacional y plan Económico y Financiero.

En el capítulo de Organización y aspectos legales se detallan los requisitos para su constitución, reserva de nombre, registro de marca, obtención de licencias, ubicación estratégica, forma jurídica empresarial, estructura orgánica y asignación de personal para que nuestra empresa esté legalmente constituida.

En el capítulo de plan de Marketing Internacional se trataron aspectos tales como: la ejecución de una propuesta de valor para el jengibre orgánico en polvo de la empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC las cuales se alinean a tres dimensiones, funcional, social y

emocional, asimismo, se abordó el estudio de mercado y tendencias de consumo, que son favorables para la introducción de nuestro producto en el mercado internacional.

En el plan de Logística Internacional se abordaron aspectos como el envase y embalaje que vendrían a ser los doypacks y las cajas de cartón corrugado; pictogramas tales como mantener hacia arriba, proteger de la humedad, no usar garfios y manipular con cuidado; la unitarización de la carga en el pallets americanos; el tipo de contenedor a emplear que será el contenedor de 20 pies Dry Van; los costos logísticos y de exportación, así como también a valorar la importancia que tiene la Distribución Física Internacional pues es el canal que permitirá finalmente la comercialización de nuestro producto en el mercado internacional.

En relación al plan de Comercio Internacional se determinó el precio de venta de nuestro producto será $4.24, el incoterm en el que comercializaremos es FOB (Free on Board), el flujo de salida de territorio nacional al mercado internacional que involucra básicamente las gestiones de nosotros como exportadores, la agencia de aduanas, agencia de carga y la aduana propiamente, el contrato de compra y venta con nuestro cliente con las cláusulas necesarias a fin de no dejar puntos ciegos y el flujograma de producción para obtención del jengibre en polvo que deberá entenderse que nuestra empresa no se encarga de la producción, sino que tercerizamos dichos procesos.

En el capítulo de evaluación de proyectos, la inversión fue de US$203,936.20, en soles S/ 729,479.79, de los cuales el 60% será financiado por el banco en 36 meses a una tasa de interés de 14.85% y el 40% corresponde al capital propio de los tres accionistas. El VAN financiero es S/ 689,541.82, el TIR financiero es 77.15% y un B/C 5.25 lo cual significa que el proyecto es viable y debe ejecutarse.

1. ESTRUCTURA

El proyecto busca promover el estilo de vida saludable a través del consumo del jengibre en polvo de la categoría orgánica enfocándose en un cliente exigente que no solo busca un producto de calidad, sino que además esté enfocado en el cuidado del medio ambiente y las personas, que brinde sensación de bienestar inmediata y pueda ser empleado de diversas formas de manera fácil y práctica.

En relación a dichas tendencias de consumo de nuestro mercado, Nueva York, podemos afirmar que nuestra propuesta de valor involucra elementos como calidad, versatilidad, compromiso, responsabilidad, por tal motivo creemos de manera sólida que la empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC tendrá éxito, no obstante, se trabajará arduamente y se realizarán revisiones periódicas de nuestros procesos para estar encaminados hacia la mejora continua.

En este proyecto se detallará el estudio de mercado realizado que permitió definir nuestro mercado y público objetivo mencionado anteriormente, así como también los costos incurridos para obtener el producto final listo para ser embarcado.

Posteriormente realizaremos la evaluación de la inversión, financiamiento, ingresos, egresos para precisar la viabilidad de nuestro proyecto para efectos de aceptarlo o rechazarlo.

Se espera finalmente que la presente idea de negocio cumpla con los parámetros académicos solicitados pues posteriormente se ejecutará y se espera obtener la rentabilidad proyectada en el plan, y de esa manera contribuir con el desarrollo y crecimiento de nuestro país mediante la exportación de productos peruanos premium no solo como materia prima sino con alto valor agregado.

2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

Para el presente proyecto se determinó que la razón social de la empresa sea PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C., pues hace referencia al producto que se ofrecerá y al país de procedencia. Además, se encuentra en el idioma inglés por ser uno de los idiomas más importantes a nivel internacional y debido a que en el país de destino donde se pretende comercializar el producto, es el idioma oficial.

GINGERING PERU, es el nombre comercial que se ha creado para que nuestros clientes y consumidores identifiquen nuestro producto y se familiaricen con ello a nivel internacional.

Nuestra empresa nace a partir de la identificación de un nicho de mercado creciente preocupado por adoptar estilos de vida saludable y responsable al momento de seleccionar aquello que va a consumir. Por otro lado, el interés conjunto de los accionistas por ofrecer un producto peruano con valor agregado que mejore la calidad de vida de todos los que conforman la cadena.

El registro del nombre o razón social de la empresa se realizó en la entidad correspondiente que es la SUNARP. Según (Superintendencia Nacional de los Registros Públicos, 2020) los procedimientos a seguir son:

Búsqueda de nombre
Esta búsqueda de nombre en el Registro de Persona Jurídicas permitirá saber si el nombre que deseamos para nuestra organización se encuentra disponible. Cabe recalcar que no es un procedimiento obligatorio, pero se sugiere realizarlo a fin de evitar duplicidad. Esta se solicita a través de un formato de búsqueda de índice.

Tabla 1: Tasa registral de búsqueda de nombre

CONCEPTO	COSTO EN SOLES
Búsqueda de nombre	5

Elaboración: Propia. Fuente: SUNARP.

- Este servicio se puede realizar a través del SPRL (Servicio de Publicidad Registral en línea). Para poder ingresar primero deberemos registrarnos en el siguiente enlace, https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/acceso/ingreso.faces.

- De forma referencial y gratuita también se puede buscar el nombre a través del Directorio Nacional de Personas Jurídicas, pero no sustituye el procedimiento mencionado líneas arriba. El enlace es https://www.sunarp.gob.pe/dn-personas-juridicas.asp

Reserva de nombre

Una vez realizada la búsqueda solicitamos la reserva de nombre, si el nombre elegido está libre adquirimos el derecho de usarlo por 30 días naturales. Este paso es altamente recomendable para evitar futuras observaciones, así como gastos notariales en caso este se registre o se conceda a otra persona. Puedes realizarlo de manera virtual o presencial.

Figura 1: Solicitud de Reserva de Nombre de Persona Jurídica


sunarp

ANEXO 1: FORMULARIO

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:

Fs. _____ identificado con:

DNI ☐ CIF ☐ CE ☐ OTROS _____ N° _____

en mi calidad de (Titular ☐ socio ☐ otorgante ☐ notario ☐ representante ☐) domiciliado en _____, distrito de _____, Provincia de _____ ante Usted con el debido respeto me presento y digo:

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA para:

Constitución ☐ Modificación de Estatuto ☐

Podrá indicar hasta (3) nombres y de forma opcional sus correspondientes abreviaturas tratándose de denominaciones.

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

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

TIPO DE PERSONA JURÍDICA: (Marque una opción)

☐ S.A. ☐ ASOCIACIÓN ☐ S.R.L. ☐ COMITÉ ☐ S. CIVIL

☐ S.A.C. ☐ E.I.R.L. ☐ COOPERATIVA ☐ OSB

☐ OTROS (precisar el tipo de persona jurídica) _____

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

Lima, _____ de _____ del 20__

_____

Firma del Solicitante

Fuente: SUNARP.

Presencial:

- Solicitud de inscripción de título (formulario de distribución gratuita) debidamente llenado y firmado por el presentante (persona que realiza el trámite en la Sunarp).
- Formato de reserva de nombre.
- Pago de la tasa registral de S/ 20.00

Virtual:

- Llenar la solicitud de reserva a través de la página web, para ello debe estar registrado al SPRL.
- Ingresar e iniciar la sesión como usuario del SPRL, ir al menú opciones (extremo izquierdo de la pantalla), dar click donde dice PREPAGAR/INCREMENTO DE SALDO. Se requerirá que cuentes con una tarjeta VISA o MASTERCARD (soles) puede ser de crédito o debido dependiendo de la permisibilidad del Banco para realizar este tipo de pagos electrónicos. La tasa registral es de S/ 20.00.
- Ir a la opción RESERVA DE NOMINACIÓN a fin de llenar la solicitud. Cuando concluyamos el sistema nos va a notificar con un correo los datos ingresados a la solicitud de reserva de nominación.

Tabla 2: Tasa registral de reserva de nombre

CONCEPTO	COSTO EN SOLES
Reserva de nombre	20

Elaboración: Propia. Fuente: SUNARP.

Puedes realizar el seguimiento en el siguiente enlace https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/acceso/frmTitulos.faces. Además, el plazo de calificación es de 24 horas (no incluyen los días sábados, domingos y feriados).

La reserva concedida por la SUNARP es por un plazo de 30 días naturales. En este tiempo debemos concluir nuestros trámites con la Notaría para el otorgamiento de la escritura pública y la inscripción en los Registros Públicos. Es conveniente mencionar que esta reserva no es prorrogable ni renovable.

Inscripción de la Constitución de Empresa en los Registros Públicos

La minuta es un documento que contiene la descripción de la actividad que se desarrollará, el aporte de cada socio de la empresa, capital social, tiempo de duración de la empresa, tipo de empresa, fecha de inicio de actividad, domicilio comercial.

La elaboración de la minuta de constitución de nuestra empresa se realizará con la ayuda de un abogado para luego presentarlo al notario y este lo eleve a escritura pública. Para ello los socios deberán acudir con la minuta, constancia del depósito del capital aportado en una cuenta de la empresa, detalle de los bienes no dinerarios y la constancia de búsqueda y reserva del nombre en SUNARP.

Tabla 3: Tasa registral de búsqueda de nombre

CONCEPTO	COSTO EN SOLES
Elaboración de la minuta	200
Servicios notariales	250

Elaboración: Propia. Fuente: Abogado y Notaria Cabrera.

Posteriormente y tras obtener la Escritura Pública respecto a la constitución de nuestra empresa debemos llevarlo ante la SUNARP. La persona que se encargará de realizar el trámite de inscripción de título debe contar con su documento nacional de identidad y además debe pagar derechos registrales.

Tabla 4: Tabla tasa registral por constitución de la sociedad

CONCEPTO	COSTO EN SOLES
Derecho de clasificación	46
Derecho de inscripción	3 multiplicado por el valor del capital dividido entre 1000

Elaboración: Propia. Fuente: SUNARP.

El plazo para la clasificación es de 24 horas (no incluyen sábado, domingo y feriados). Así también por la designación de Gerente o representante legal se debe realizar el pago de S/ 25.00 por cada uno.

2.2. ACTIVIDAD ECONÓMICA O CODIFICACIÓN INTERNACIONAL (CIIU)

El INEI es el ente que administra la Clasificación Industrial Internacional Uniforme, otorgado por el Decreto Legislativo N° 604 con Resolución Jefatural N° 024-2010-INEI, lo que establece de manera oficial en nuestro país la adopción de la cuarta revisión, que ha sido elaborada por la Organización de Naciones Unidas y su correspondencia con la revisión anterior. Esto permitirá instaurar y fortalecer un esquema conceptual uniforme para relevar información a nivel de empresas y establecimientos productivos de bienes y servicios, de manera que sea una codificación a nivel mundial. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2010)

Es por ello que es necesario clasificar la actividad económica de la empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C., en base al producto que se va a comercializar y partiendo de la premisa de tercerización de la producción, maquila de la materia prima y el transporte.

De acuerdo al INEI, la clasificación correspondiente es:

Tabla 5: CIIU

CIIU		
SECCIÓN	**DIVISIÓN**	**CLASE**
G - Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	46 - Comercio al por mayor, excepto de los vehículos automotores y motocicletas	4630 - Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco

Elaboración: Propia, Fuente: INEI, 2010

Por lo tanto, la actividad económica de la empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C., según la CIIU, se ubicaría en la sección G, división 46 y clase 4630. Asimismo, la clase 4630 – Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, comprende también la venta al por mayor de café, té, cacao y especias.

2.3. UBICACIÓN Y FACTIBILIDAD MUNICIPAL Y SECTORIAL

La ubicación de la empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. se determinará por varios factores alineados a la actividad que realizará la empresa. Se tomarán en cuenta 4 distritos accesibles, próximos entre sí, tales como: Callao, San Miguel, San Martin de Porres, Los Olivos y será plasmado en un cuadro denominado matriz de ponderación para la ubicación, donde cada factor obtendrá una puntuación por distrito del 1 al 4, donde 1 es nada óptimo, 2 poco óptimo, 3 óptimo y 4 óptimo.

Tabla 6: Matriz de ponderación para la ubicación del local

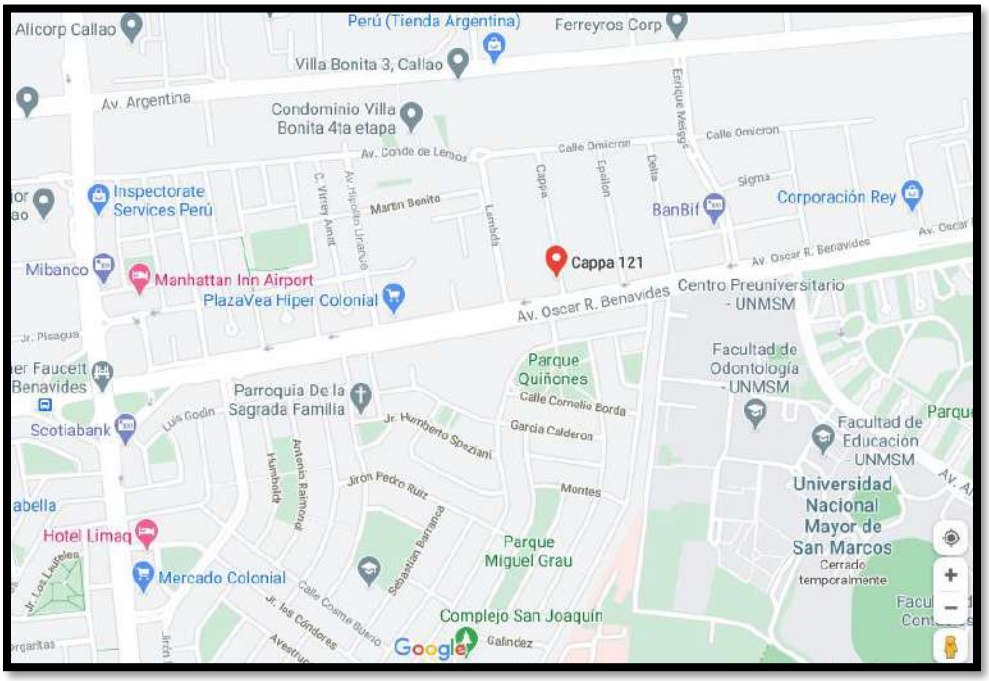
FACTORES	PESO	SAN MIGUEL		CALLAO	SAN MARTIN DE PORRES			LOS OLIVOS	
		Clasificación	Ponderado	Clasificación	Ponderado	Clasificación	Ponderado	Clasificación	Ponderado
Proximidad al puerto y aeropuerto	**20%**	3	0.6	4	0.8	3	0.6	3	0.6
Seguridad de la zona	**20%**	4	0.8	3	0.6	3	0.6	3	0.6
Alquiler del local	**30%**	2	0.6	3	0.9	4	1.2	3	0.9
Cercanía a proveedores	**15%**	3	0.45	3	0.45	3	0.45	3	0.45
Cercanía a Operadores logísticos	**15%**	3	0.45	4	0.6	3	0.45	3	0.45
TOTAL	**100%**	**2.9**		**3.35**	**3.3**			**3**	

Fuente: Propia. Elaboración: Propia

- Proximidad al puerto/aeropuerto: Para minimizar el tiempo de tránsito de la carga al puerto y tener una respuesta más rápida frente a solicitudes de pedido.
- Seguridad de la zona: Para primar por la seguridad de nuestros trabajadores y nuestros activos.
- Alquiler del local: Se optó por alquilar un local alineado a los demás factores y con un costo óptimo para las actividades de la empresa.Cercanía a proveedores: Para minimizar los tiempos de entrega de los insumos.
- Cercanía a operadores logísticos: Para agilizar la documentación y operación de las exportaciones, asimismo el traslado de carga al puerto y almacenes.

De acuerdo a la puntuación más alta de la matriz anterior se determina que la ubicación del local más óptima en base a los factores evaluados es el Callao, por la proximidad al puerto/aeropuerto, cercanía a los proveedores, operadores logísticos, seguridad de la zona y alquiler del local por m².

Figura 2: Ubicación de la empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C.

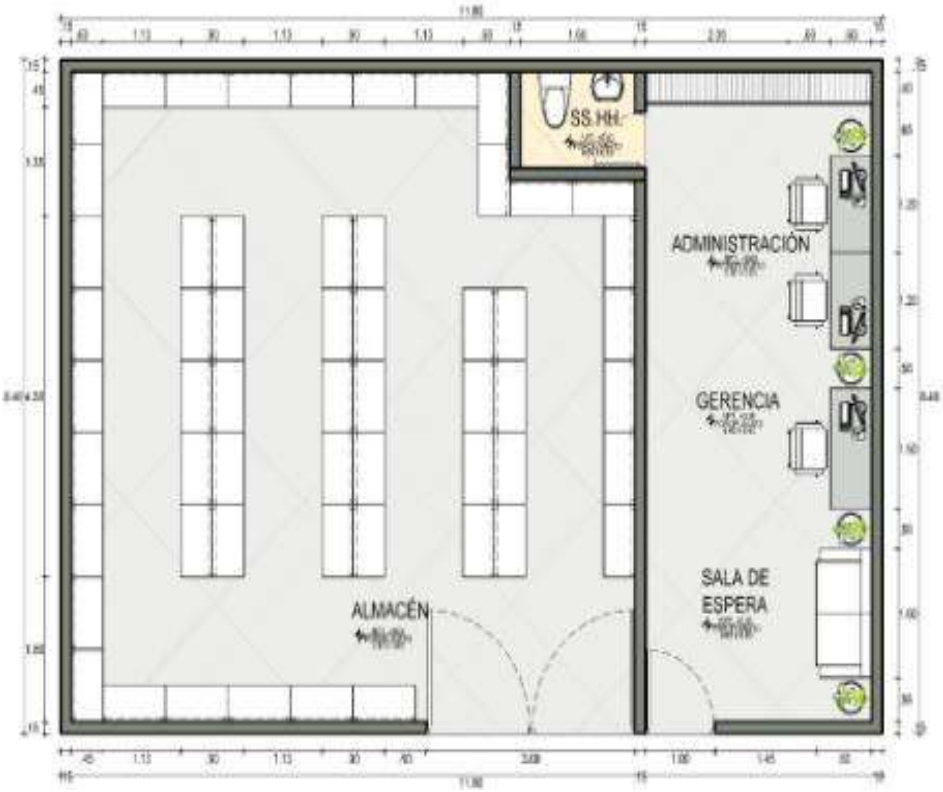


Fuente: Google maps

En la figura 02 se puede observar la ubicación exacta del local en la Calle Cappa 121, Cercado del Callao, Callao. Una zona accesible y cumple con los factores evaluados.

Según la página web de la Municipalidad Provincial del Callao, para que la empresa pueda iniciar las operaciones vinculadas a la actividad industrial, de servicios o comerciales, la Municipalidad deberá otorgarnos la licencia de funcionamiento posterior al cumplimiento de ciertos requisitos y pagos, en un periodo máximo de 15 días calendario tras ingresar la solicitud por Mesa de Partes.

Figura 3: Distribución de los ambientes de la empresa.



Fuente: Propia. Elaboración: Propia

Tal como se muestra en la figura 03, el local contará con un espacio de 100 m². La distribución de la empresa dispone de una sala de espera donde permanecerán los visitantes al momento de ser atendidos, una oficina de Gerencia donde se situará el Gerente General realizando sus funciones, una oficina para las tres jefaturas y el

asistente quienes cuentan con un espacio conjunto para mejor comunicación entre ellos, contaremos con servicios higiénicos y el almacén donde permanecerá de manera transitoria el producto final antes de ser exportados.

2.4. OBJETIVOS DE LA EMPRESA, PRINCIPIO DE LA EMPRESA EN MARCHA.

Los objetivos y principios de PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. son la sostenibilidad, la permanencia en el mercado y valores sólidos que deberán forjarse a lo largo de las actividades propias de la empresa y la interrelación entre todo el grupo humano de trabajo.

Misión:
De acuerdo a (Chiavenato, Planeación Estratégica. Fundamentos y Aplicaciones, 2017) la misión de la organización es la declaración de su propósito y alcance, en términos de productos y mercados, y responde a la pregunta: "¿Cuál es el negocio de la organización?" Se refiere a su papel en la sociedad donde actúa y explica su razón de ser o de existir.

La misión de PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. es ser una empresa socialmente responsable, comercializadora de productos naturales de alta calidad que contribuya y promueva el estilo de vida saludable generando bienestar en los consumidores buscando siempre la mejora contínua que nos permita seguir creciendo como organización.

Y es por eso que bajo esta misión PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. trabajará de manera ardua para cumplir y mantener los estándares de calidad demandados por el mercado internacional.

Visión:
(Chiavenato, Planeación Estratégica. Fundamentos y Aplicaciones, 2017) también subraya que la visión organizacional es la imagen de cómo se verá en el futuro.

La visión de PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. es convertirse en una de las principales empresas

exportadoras y comercializadoras de jengibre orgánico en polvo de alta calidad del país para el año 2025.

Por lo tanto, PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. se preocupará siempre por ser distinguida y reconocida por la responsabilidad y honestidad con nuestras vinculaciones empresariales que nos faculte para seguir comercializando un producto de alto valor.

Objetivos

Para definir los objetivos de PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. utilizaremos la metodología SMART, pues ayudará a tener los objetivos claros y que estos puedan realizarse.

Tabla 7: Metodología SMART

S	**M**	**A**	**R**	**T**
Específico	**Medible**	**Alcanzable**	**Relevante**	**Temporal**
Mientras más específico sea nuestro objetivo, será más fácil poder alcanzarlo.	Nuestro objetivo nos debe permitir medirlo de lo contrario no habrá forma de poder mejorarlo, monitorearlo y analizar su evolución.	Pese a que nuestro objetivo sea ambicioso debe ser realista.	Nuestro objetivo es importante para nosotros y creemos en él.	Estableceremos un periodo de tiempo para poder ejecutarlo.

Elaboración: Propia

Objetivo general:

- Elaborar un plan de exportación para determinar la viabilidad de comercializar de manera eficiente e internacional un producto con valor agregado, natural, saludable, versátil y de alta calidad al mercado de Estados Unidos.

Objetivo específico:

- Evaluar la demanda internacional de nuestro producto a fin de determinar la aceptación en el mercado objetivo internacional.

- Profundizar respecto a la situación nacional del producto que se desea exportar y comercializar.
- Identificar aspectos legales, culturales, normas y comportamiento del consumidor del mercado al cual se pretende exportar y comercializar nuestro producto.
- Elaborar un análisis económico y financiero con la finalidad de visualizar los posibles escenarios donde nuestro producto pueda tener una oportunidad verídica de negocio.
- Identificar y analizar oportunidades de posibles alianzas estratégicas en el mercado de destino internacional.
- Analizar los convenios y apoyo de entidades nacionales e internacionales del rubro del comercio internacional para impulsar nuestro producto.

Cultura Organizacional:

Según (Newstrom, 2007) la cultura organizacional es la suma de varios factores como valores, creencias, normas que se imparten en las empresas, la misma que pudo ser creada o pudo haber evolucionado con el paso del tiempo.

Por consiguiente para PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. es esencial formar una cultura organizacional clara desde el inicio de sus actividades pues genera un impacto en toda la organización encaminada al objetivo de la empresa, en tal sentido nuestra cultura organizacional estará basada en la integración en las actividades empresariales con todos los que conforman la organización sin importar el rango; el reconocimiento del esfuerzo y cumplimiento de las metas encomendadas; la persecución de la calidad que se reflejará en el producto final y la gratitud hacia nuestros socios estratégicos.
PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. aplicará este tipo de cultura organizacional dado que pretende integrar, desarrollar, empoderar a los colaboradores, generar de manera eficiente las gestiones de calidad en los tiempos establecidos, para fomentar una convivencia más amena y comprometida con la visión de la organización y metas personales.

Política Organizacional:

Para (Alles, 2015) Política Organizacional hace referencia a las normas o reglas internas de funcionamiento que deben ser cumplidas por todos los integrantes de la organización, bajo ese contexto PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. contará con una política integral transversal, orientada a la empatía, Calidad, Responsabilidad Social y Cuidado de la Salud. A continuación, se detallan:

- Los colaboradores podrán vestir de manera casual en las jornadas laborales de lunes a viernes de 9 am a 6 pm y sábados de 9 am a 1 pm.
- El tiempo de atención de correos electrónicos no deberá exceder las 24 horas dentro de los días laborables.
- De presentarse inconvenientes en relación al producto con nuestro cliente se procederá con el envío del plan de acción en torno a lo sucedido y devolución del dinero.
- El pago a los proveedores se realizará dos veces al mes, quincena y fin de mes.
- La selección de nuestros proveedores deberá estar alineados a nuestra forma de trabajo.
- Cumplir con todas las normativas sociales, ambientales, tributarias a fin de encaminar de manera correcta nuestra organización.
- Los colaboradores que cumplan las metas encomendadas durante el mes, serán reconocidos y premiados con vales de su interés.

Con esta política organizacional PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. solidificará aún más la relación con los clientes, colaboradores, los proveedores en general, el medio ambiente y sus obligaciones como persona jurídica.

Valores:

La empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. considera importante la práctica de valores en la organización dado que fomenta la identidad empresarial, lo que conlleva a mejorar la integración y productividad de todos los colaboradores. Entre ellos destacan:

- **Responsabilidad**: Al combinar y adoptar todas las normativas, los aspectos éticos, morales, ambientales para

ofrecer un producto de alta calidad como el que se pretende ofrecer, en beneficio no solo de la organización, sino de la sociedad como tal y el medio ambiente.

- **Compromiso**: Al brindar un producto de alta calidad, respetuoso con todos los actores de la cadena de valor y el consumidor final con el propósito de aportar al bienestar y cuidado de la salud.
- **Honestidad:** Al adoptar conductas rectas, actuar con la verdad, no promover las relaciones laborales basadas en la crítica destructiva o desconfianza, hace un buen uso del horario laboral, es coherente entre lo que se piensa, dice y hace.
- **Trabajo en equipo:** Al integrar y desarrollar los aportes de cada miembro del equipo para alcanzar el objetivo común, optimizando los recursos y logrando mejores resultados.

El cumplimiento de los valores en PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C permitirá distinguirnos de las demás organizaciones, mejorar el clima laboral y la calidad del trabajo.

2.5. LEY DE MYPES, MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, CARACTERÍSTICAS

Con la finalidad de promover el desarrollo de la Micro y Pequeñas Empresa y su formalización, el Gobierno del Perú puso en vigencia la Ley MYPE que brinda beneficios tanto laborales como tributarios a las empresas que lo conforman, es preciso mencionar que estas sociedades están constituidas por una persona natural o jurídica que tiene como fin el desarrollo de actividades relacionadas a la extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o servicios.

Asimismo, en la Ley N°30056 que fue aprobada por el Congreso de la República refiere que la micro, pequeña y mediana empresa deben ubicarse en una de las categorías empresariales ya no por cantidad de trabajadores y nivel de ventas, sino únicamente por nivel de ventas anuales. (El Peruano, 2013)

De manera que PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. siendo una empresa cuya actividad gira en torno a la comercialización de bienes, se considera como pequeña empresa, en vista que, al encontrarse en su etapa inicial se estima que tras iniciar sus actividades supere las 150 UIT anuales en base a las ventas mensuales que se pretende realizar. Y como es evidente para poder calificar como MYPE y acceder a los beneficios debemos inscribirnos en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) con nuestro RUC, usuario y clave sol en el portal del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

Tabla 8: Niveles de ventas anuales MYPES

NIVELES DE VENTAS ANUALES	**MICROEMPRESA**	**Hasta 150 UIT**
	PEQUEÑA EMPRESA	Superior a 150 UIT - Hasta 1700 UIT
	MEDIANA EMPRESA	Superior a 1700 UIT - Hasta 2300 UIT

Elaboración: Propia

En la tabla 08 se identifican tres categorías empresariales según el nivel de venta anual en rangos específicos, donde para ser considerada como pequeña empresa las ventas anuales deben ser superior a las 150 UIT y un monto máximo a 1700 UIT.

PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. buscará desarrollarse y formalizarse amparada en esta Ley y los beneficios que brinda a fin de iniciar sus actividades.

2.6. ESTRUCTURA ORGÁNICA

La empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. contará con una estructura orgánica que permitirá definir las funciones, identificar errores, transparencia en la proyección profesional y facilitar la coordinación y comunicación de cada integrante de la empresa para la toma de decisiones orientados al cumplimiento de los objetivos de la misma.

Contaremos con una Junta General de Accionistas, un Gerente General, un Jefe de Comercio Exterior, Jefe de Operaciones y Logística, un Jefe de Marketing, un Asistente de Operaciones y Logística, un Asesor Legal, un asesor de Contabilidad, de Finanzas y Recursos Humanos, un Almacenero.

- La Junta General de Accionistas estará constituida por tres socios quienes son los dueños de la empresa, con una participación del 45%, 30%, 25% respectivamente. Quienes serán los encargados de la fiscalización y toma de decisiones respecto al futuro de PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C.

- El Gerente General será el encargado de realizar el plan estratégico de las actividades que se desarrollarán dentro de la empresa, administrar los recursos con los que cuenta la sociedad, fijando objetivos específicos encaminados al cumplimiento del objetivo general tras inicio de las actividades.
- Jefe de Comercio Exterior y Logística será el encargado de distribuir los recursos asignados por la alta dirección, realizar las investigaciones del mercado, mantener una correcta y constante comunicación con los clientes, velar por el cumplimiento de tiempo de despacho del producto y/o insumos hacia nuestros almacenes, para posteriormente gestionar de manera óptima el despacho al exterior en el tiempo estipulado, supervisar actividades, atender requerimientos orientados al *lean management.*

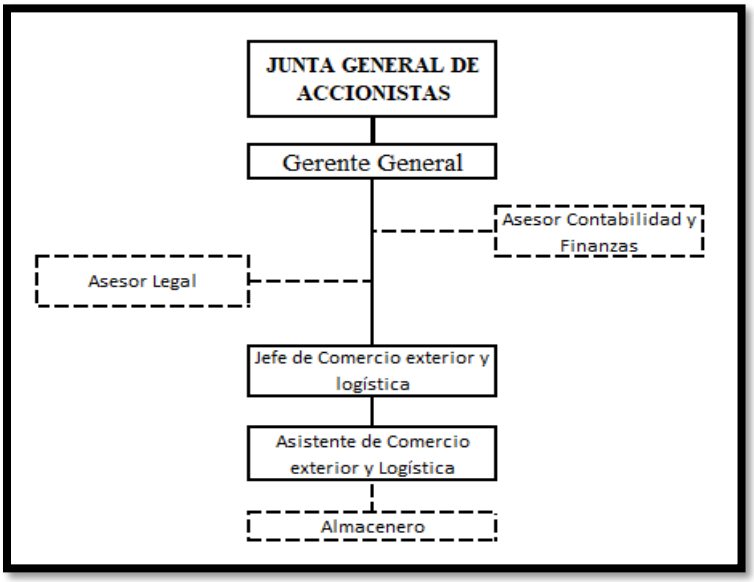
- Asistente de Comercio exterior y Logística será el apoyo del Jefe de Comercio Exterior y Logística, además será el encargado del seguimiento de los despachos, gestionar firmas necesarias para ejecución de actividades, organizar tareas y documentos, apoyo en la identificación de proveedores, realizar inventario físico, entre otras funciones.

- Asesor Legal, se encargará de la elaboración y revisión de los contratos laborales, identificar posibles riesgos de la empresa, representante en temas legales.

- Asesor externo de Contabilidad, Finanzas, quienes se encargarán de los registros de compra y ventas, préstamos, estados financieros, conciliaciones bancarias, costeos, declaraciones de impuestos mensuales y anuales, planillas, seguros, selección de personal, gestionar cursos formativos.

- Almacenero es la persona encargado de ordenar y acomodar la mercadería con el fin de que se encuentren listas y en óptimas condiciones de almacenamiento para la exportación, será pagado por

Figura 4: Organigrama de la empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C



Elaboración: Propia

Tal como se muestra en el esquema anterior se optó por el organigrama de tipo vertical (de arriba hacia abajo) puesto que permite identificar de manera rápida que el puesto de mayor jerarquía se encuentra en la parte superior y desde ahí de forma decreciente se determina el grado de autoridad para las demás áreas de la empresa PERUVIAN ORGANIAC GINGER S.A.C. de igual manera el staff externo, que no forman parte de la organización pues sus funciones se ejecutan de manera independiente.

2.7. CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PERSONAL

La asignación de personal se dividirá en dos grupos, los que se encuentran dentro de la planilla de PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. y los servicios que serán tercerizado

Tabla 9: Asignación de Personal de la empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. (expresado en soles)

Nº	Personal	Remuneración Básica (A)	AFP PRIMA B = A/12.90%	Vacaciones C = A / 2	Gratificación + Bonificación Extraordinaria D = (A/2) +(A/2*9%)	CTS E = (C + (D*1/6)) /2	ESSALUD 9% F = A*9%	RETENCIONES 5TA CATEGORIA (G)	TOTAL, PAGO ANUAL PERSONAL H = (A*12) +C+(D*2) +E+(F*12)
1	Gerente General	3,000.00	387.00	1,500.00	1,635.00	1,636.25	270.00	733.60	45,646.25
2	Jefe de Comercio Exterior y Logística	2,000.00	258.00	1,000.00	1,090.00	1,090.83	180.00	-	30,430.83
3	Asistente de Comercio Exterior y Logística	1,200.00	154.80	600.00	654.00	654.50	108.00	-	18,258.50
								TOTAL, S/	94,335.58

Elaboración: Propia

En la tabla 09 se puede visualizar la remuneración mensual y la proyección anual de los trabajadores que se encuentran en planilla de acuerdo a la Ley de la Micro y Pequeña empresa. Cabe resaltar que para la asignación de dichas remuneraciones se tomó en cuenta la media salarial del portal de trabajo Indeed.

Tabla 10: Servicio de terceros de la empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C.

Nº	Cargo	Costo/Servicio	Meses	TOTAL ANUAL
1	Asesor externo Contable y Financiero	300.00	12.00	3,600.00
2	Asesor externo Legal	500.00	12.00	6,000.00
3	Almacenero	250.00	12.00	3,000.00
			TOTAL S/	12,600.00

Elaboración: Propia

En la tabla anterior se detalla el costo de los servicios tercerizados que PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. requerirá para el desarrollo de sus actividades.

2.8. FORMA JURÍDICA EMPRESARIAL

Es importante determinar qué tipo de empresa se ajusta más a las necesidades de PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. en el marco de las responsabilidades, beneficios, características, como la protección del patrimonio personal frente al patrimonio del negocio, posibles riesgos empresariales, mayor presencia en el mercado al que apuntamos y credibilidad al estar constituidos formalmente.

Es por eso que se determinó que la forma jurídica empresarial más adecuada es la Sociedad Anónima Cerrada debido a que se contará con una Junta General de Accionistas, una Gerencia, permitiéndonos prescindir de un Directorio. Adicionalmente consideramos que PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. al ser una empresa que iniciará sus actividades como una pequeña empres el tipo de sociedad seleccionada es el más recomendable.

Tabla 11: Características de las sociedades

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

Elaboración: Propia

Nuestra empresa contará con 3 accionistas (Junta General de Accionistas) y una Gerencia mas no un Directorio, razón por la cual en la tabla 7 se puede identificar claramente que las características de la sociedad que va acorde a lo descrito anteriormente es la Sociedad Anónima Cerrada, a diferencia de la Sociedad Anónima y la Sociedad Anónima Abierta que es obligatorio un directorio o la Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada y la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada que son empresas familiares o solo una persona figura como Gerente General y socio respectivamente.

Tabla 12: Porcentaje de Participación de Capital de la empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C

	% Participación
Accionista 1	45%
Accionista 2	30%
Accionista 3	25%
Total % de participación	100%

Elaboración: Propia

De acuerdo a los aportes de cada accionista se pudo establecer que el de mayor participación es el accionista 1, con 45%. Seguido por el accionista 2 con 30% y por último el accionista 3 con una participación del 25%, haciendo un total del 100%.

2.9. REGISTRO DE MARCA Y PROCEDIMIENTO EN INDECOPI

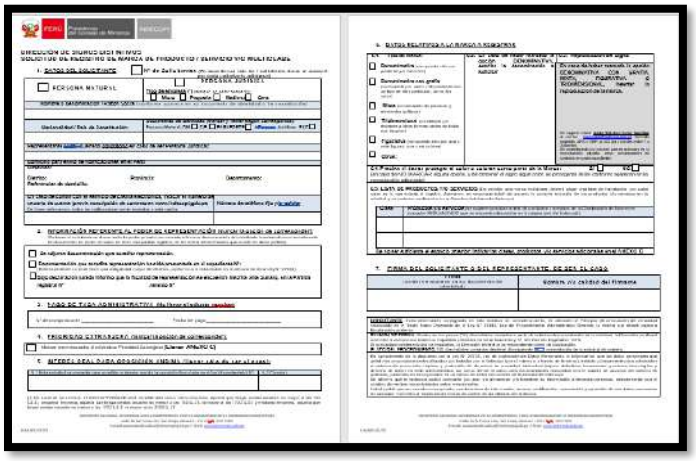
Ingresaremos al mercado de Estados Unidos con marca propia para distinguirnos y posicionarnos en la mente de nuestros clientes y/o consumidores a fin de afianzar la relación y que esta permanezca en el tiempo. Por tal motivo se determinó que la marca que se utilizará para el siguiente proyecto será GINGERING PERU al igual que nuestro nombre comercial, pues suena bien en voz alta, es fácil de recordar, además hace referencia al producto que se está ofertando y el país de procedencia.

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) es la

entidad encargada de otorgar a PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. el registro de marca.

Ahora bien, para obtener dicho registro debemos cumplir con los siguientes requisitos tal como detalla el (Instituto Nacional de Defensa de la Cometencia y de la Propiedad Intelectual, 2020):

Figura 5: Solicitud de Registro de Marca de Producto y/o Multiclase.



Elaboración: INDECOPI.

a) Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente.

b) Indicar los datos de identificación del solicitante.

- Para el caso de personas naturales, consignar el número del Documento Nacional de Identidad (DNI), Carné de Extranjería (CE) o Pasaporte e indicar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC).
- Para el caso de personas jurídicas, consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC).
- En caso de contar con un representante, se deberá de indicar sus datos de identificación y será obligado presentar el documento de poder.

c) Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú, se aconseja incluir referencias.

d) Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros),

- Si la marca es mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).

- Se recomienda enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: logos-dsd@indecopi.gob.pe (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles).

e) Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen.
f) Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo asciende a S/. 534.99 Nuevos Soles.

Figura 6: Marca de la empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C.

Elaboración: Propia.

2.10. REQUISITOS Y TRÁMITES MUNICIPALES

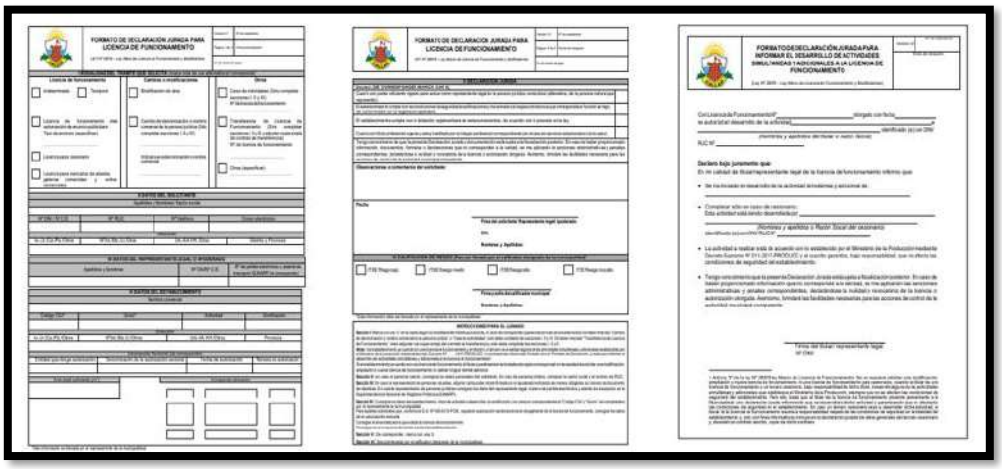
Para que PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. inicie sus actividades económicas deberá contar con la licencia de funcionamiento; estas son emitidas por las municipalidades y debido a la ubicación de nuestro local, le correspondería

a la Municipalidad Provincial del Callao otorgarnos dicho documento.

Según lo que indica la (Municipalidad Provincial del Callao, 2020) los requisitos son los siguientes:

- Llenado del Formulario Único de Trámite – FUT.
- Declaración jurada de observancia de Defensa Civil (Hasta 100 m²).
- Vigencia de Poder del Representante Legal.
- Pago de la taza estipulada en el TUPA.
- Carta Poder con firma legalizada notarialmente.
- Copia simple de la Autorización sectorial.

Figura 7: Formulario Único de Trámite.



Fuente: Municipalidad Provincial del Callao

Es importante precisar que el solicitante debe contar con número de Registro Único de Contribuyente (RUC) vigente, exhibir el Documento Nacional de Identidad DNI, la dirección del establecimiento y la actividad a desarrollar.

Tabla 13: Costo y plazo para obtener la licencia de funcionamiento

CONCEPTO	PLAZO	COSTO EN SOLES
Licencia de funcionamiento	15 días	184.40

Elaboración: Propia

En la tabla 13 se detalla el plazo para la obtención de la licencia de funcionamiento, que son 15 días calendario. Adicionalmente el costo para obtener la licencia como tal que asciende a 184.40 nuevos soles.

2.11. REGIMEN TRIBUTARIO PROCEDIMIENTO DESDE LA OBTENCIÓN DEL RUC Y MODALIDADES

PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. es una empresa preocupada en su formalización y el cumplimiento de sus obligaciones tributarias que le permite a sus clientes y socios estratégicos tener una percepción positiva respecto a su organización. Esto posibilitará establecer mucha más confianza, aceptación y beneficios a corto y largo plazo.

Es por ello que el régimen tributario a aplicar será el MYPE TRIBUTARIO, que está enfocada a las medianas y pequeñas empresas que pueden ser personas naturales, personas jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales siempre que no hayan superado las 1700 UIT de ingresos netos en el año, además de los beneficios laborales que

Asimismo, la (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y Aduanas, 2020) enfatiza que las ventajas de este régimen son:

- Montos a pagar de acuerdo a la ganancia obtenida.
- Tasas reducidas.
- Posibilidad de suspender los pagos a cuenta.
- Emitir todos los tipos de comprobantes de pago autorizados por la SUNAT.

- Llevar únicamente: Registro de Venta, Registro de Compras, Libro Diario Formato Simplificado.

Tabla 14: Impuestos a declarar y pagar a la SUNAT

REGIMEN MYPE TRIBUTARIO		
¿Cuánto pagar?	Pago a cuenta del Impuesto a la Renta:	
	Montos Ingresos Netos	**Tasa**
	Menor a 300 UIT	1% de los Ingresos Netos
	A partir del mes que supere las 300 UIT	1.5 % de los Ingresos Netos o Coeficiente (*)
	(*) Calculado de acuerdo con lo dispuesto por el artículo 85 de la Ley del Impuesto a la Renta.	
	Impuesto General a las Ventas (IGV) mensual:18% de sus ventas realizadas.	
¿Cuándo declarar y pagar?	De acuerdo al cronograma de obligaciones mensuales.	
¿Se presenta una declaración anual?	Si, con la cual se paga una regularización del impuesto equivalente a:	
	Tramo de ganancia	**Tasa sobre la utilidad**
	Hasta 15 UIT	10%
	Más de 15 UIT	29.50%
	Si los activos superan el S/. 1 000,000 se debe declarar el Impuesto Temporal a los Activos Netos (ITAN) Tasa: 0.4%	

Elaboración: Propia. Fuente: SUNAT.

En la tabla 14 se puede ver de manera clara qué es lo que PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. deberá declarar, cuándo deberá declarar (cronograma de obligaciones mensuales) y a cuánto asciende el pago a la SUNAT bajo el régimen de MYPE tributario.

Procedimiento para obtener el RUC

El Registro Único de Contribuyentes consta de 11 dígitos, esto son permanentes y deberá ser utilizado para realizar cualquier trámite en la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT). Por tal motivo deberemos obtener también nuestra Clave SOL a fin de cumplir con nuestras responsabilidades tributarias.

Para obtener el número de RUC debemos acercarnos a cualquier centro de servicios al contribuyente cercano al domicilio fiscal y presentar los requisitos mencionados en la tabla 10.

Tabla 15: Requisitos de inscripción para empresas

<table>
<tr><th colspan="3">REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN PARA EMPRESAS</th></tr>
<tr><th colspan="2">PERSONA NATURAL CON NEGOCIO (empresas unipersonales)</th><th>PERSONA JURÍDICA</th></tr>
<tr><td rowspan="2">SI LA DIRECCIÓN QUE VA A REGISTRAR ES LA MISMA QUE FIGURA EN EL DNI</td><td>SI LA DIRECCIÓN QUE VA A REGISTRAR NO ES LA MISMA QUE FIGURA EN EL DNI</td><td>DNI del representante legal</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Exhibir el original del DNI</td><td>Exhibir el original del DNI</td><td>Ficha o partida electrónica certificada por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Cualquier documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.</td></tr>
</table>

Elaboración: Propia. Fuente: SUNAT

Si el trámite lo realiza un tercero, este deberá presentar una Carta Poder notarialmente o autenticada por

fedatario de SUNAT, que le autoriza realizar el trámite de inscripción en el RUC, además de presentar formularios llenados por el titular.

Los plazos para comunicar modificación de domicilio fiscal y para actualizar los datos ya registrados en el RUC son 1 día y 5 días hábiles respectivamente.

Por lo tanto, el RUC de la empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. es 20530234698, donde 20 hace referencia a la persona jurídica, los 8 dígitos siguientes al correlativo asignado por SUNAT y el último dígito al verificador.

2.12. REGISTRO DE PLANILLA ELECTRÓNICA (PLAME)

La (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y Aduanas, 2020) menciona que para poder elaborar el PLAME de nuestra empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C., es necesario ingresar de antemano la información al T-REGISTRO. Este último es un registro de información laboral, es decir, que comprende información de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación, personal de terceros, entre otros y podemos acceder a ella con nuestra clave SOL en la opción RUC y Otros registros.

El PLAME es la planilla electrónica mensual de pagos obligatoria que involucra la presentación de información de sueldos de los colaboradores de la empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. ya registrados en el T-REGISTRO, y también las personas que presten servicios de cuarta categoría. En esta planilla se detallan los descuentos, los días laborados y no laborados, horas ordinarias, sobretiempo del trabajador y la información correspondiente a la base de cálculo y conceptos tributarios y no tributarios. Se descarga por la página web de la SUNAT con nuestro clave sol.

Tabla 16: Datos obtenidos del t-registro

CATEGORÍA	DEFINICIÓN
EMPLEADOR	Sector al que pertenece el empleador, Indicador de ser microempresa inscrita en el REMYPE e Indicador de aportar al SENATI.
TRABAJADOR	Tipo y número de documento de identidad, apellidos y nombres, fecha de nacimiento, tipo de trabajador, régimen pensionario, régimen de salud, indicador SCTR-Salud y pensión y Situación del trabajador.
PENSIONISTAS	Tipo y número de documento de identidad, apellidos y nombres, fecha de nacimiento, tipo de pensionista, régimen pensionario y situación del pensionista
PERSONAL DE FORMACIÓN LABORAL	Tipo y número de documento de identidad, apellidos y nombres, y fecha de nacimiento
PERSONAL DE TERCEROS	Tipo y número de documento de identidad, apellidos y nombres, fecha de nacimiento e indicador de aporte al SCTR Salud cuando la cobertura es proporcionada por EsSalud. Si la cobertura de salud la brinda una EPS sus datos no son descargados al PDT Planilla Electrónica – PLAME.

Elaboración: Propia. Fuente: SUNAT.

PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. desde el inicio de sus actividades y/o operaciones cumplirá con el registro de sus trabajadores en el T-REGISTRO para poder elaborar el PDT PLAME que se presentará de manera mensual respetando el cronograma establecido por la SUNAT.

2.13. RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL Y GENERAL LABORAL

El Estado Peruano con el fin de incentivar y promover la formalización y crecimiento de las empresas en su etapa inicial y que estas no se desmoralicen en el intento a causa de los sobrecostos laborales y tributarios es que crea el Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña Empresa atenuando estos costos. Para poder acceder a estos beneficios, PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. deberá

estar inscrita en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa conocida como REMYPE.

Tabla 17: Derechos del régimen laboral de la micro y pequeña empresa

MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración Mínima Vital (RMV)	Remuneración Mínima Vital (**RMV**)
Jornada de trabajo de 8 horas	Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados	Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo	Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de 15 días calendarios	Descanso vacacional de 15 días calendarios
obertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)	Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura Previsional	Cobertura Previsional
Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración).	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
	Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)
	Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad)
	Derecho a participar en las utilidades de la empresa
	Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
	Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

Elaboración: Propia. Fuente: SUNAT

En la tabla 17 se detallan los derechos correspondientes a los trabajadores incluidos los empleadores de la micro y pequeña empresa, esta última correspondería al régimen que la empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C.

adoptará. Además, es importante mencionar que la remuneración mínima vital actual es 930 Nuevos Soles.

2.14. MODALIDAD DE CONTRATOS LABORALES

Un contrato laboral se puede definir como la voluntad entre una persona natural y una persona jurídica, para que la persona natural realice un trabajo determinado a cambio de una remuneración efectuada por la persona jurídica. En dicho contrato se detallas los derechos y obligaciones de las partes.

El (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2020) señala que existen diferentes tipos de contratos, para efectos de nuestra investigación los dividiremos en dos grupos:

a) Contrato a plazo indefinido o indeterminado:
Tal como indica su nombre, este tipo de contrato no tiene fecha límite de caducidad pues fue elaborado para que dure un largo. Esta relación entre ambas partes puede finalizar si es que el trabajador renuncia, sea de mutuo acuerdo entre las partes o si el trabajador infringe las normas de la organización, entonces el empleador podrá prescindir de sus servicios.

b) Contrato a plazo determinado o fijo:
En este tipo de contrato sí se establece una fecha límite para el cese del mismo y se realiza para una actividad específica. Un trabajador puede laborar con este tipo de contrato máximo 3 a 5 años, posterior a dicho plazo deberá ser contratado bajo la modalidad indefinida o indeterminada. Este tipo de contrato se subdivide en:

- Temporal: Inicio de actividades o necesidad de mercado.
- Ocasional: Surgen para cubrir necesidades imprevistas. Suplencia, emergencia, por ocasión.
- Accidental: Para actividades permanentes pero descontinuas. Por temporada.

Puesto que PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. es una empresa nueva en el mercado, optará por el contrato a plazo fijo o determinado por inicio de actividad para

convenir con sus trabajadores para funciones específicas, con un periodo de prueba de 3 meses. Sin embargo, se espera que en los años siguientes optar por la modalidad indefinida.

2.15. CONTRATOS COMERCIALES Y RESPONSABILIDAD CIVIL DE LOS ACCIONISTAS

Un contrato comercial es un compromiso legalmente vinculante entre dos o más partes, donde se manifiestan los compromisos y las responsabilidades a los que se someten y a los que no, y están obligados a cumplirlos, pueden ser verbales o escritas. Estos contratos son fundamentales para el éxito de nuestra empresa y todos se celebrarán de manera escrita a fin de mantener las formalidades y evitar omisiones durante las diligencias.

PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. según sus actividades empleará los siguientes contratos:

Figura 8: Contratos Comerciales de PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C.

Elaboración: Propia.

- Contrato de compra-venta internacional: Este contrato se celebrará entre PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. y sus clientes.
- Contrato de Alquiler: Para que PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. inicie sus actividades deberá contar con un local y para que nos cedan este espacio deberemos realizar un pago a la otra parte y todo debe estar detallado en el contrato.
- Contrato de cuenta corriente: Este contrato permitirá establecer las bases para disponibilidad de los fondos de los cuales dispondremos.
- Contrato de prestación de servicios profesionales: Con este contrato PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. podrá contratar especialistas en diferentes áreas para realizar actividades específicas en beneficio de la organización a cambio de una remuneración.
- Contrato de aprovisionamiento de materia prima e insumos: Este contrato permitirá el suministro de la materia prima e insumos bajos las condiciones que PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. pretende establecer a fin de estar alineada a sus objetivos.
- Contrato con operadores logísticos: Este tipo de contrato permitirá a la empresa establecer las bases sobre las cuales se desea trabajar la logística a fin de cumplir con nuestro cliente final con los estándares de calidad ofrecidos.
- Contrato de constitución de sociedades: Es aquel contrato entre las partes que se realizará para la constitución de la empresa con propósitos económicos.

Responsabilidad Civil de los Accionistas

Los accionistas de la empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. asumirán responsabilidades y obligaciones, eso quiere decir que serán los encargados de responden ante cualquier eventualidad entorno a la organización.

Entonces definiremos las responsabilidades con base en la Ley General de Sociedades N°26887.

- Deudas que comprometen a la empresa.
- Incumplimiento de los acuerdos establecidos de la Junta General de Accionistas.

- Procedimientos fraudulentos de la empresa y en la empresa, a favor de esta.
- Irregularidades que hayan sido de conocimiento de los involucrados de la JGA.
- Otros daños y perjuicios.

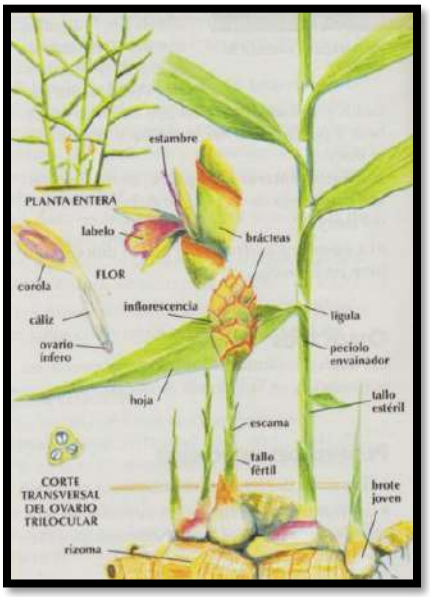
3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

El plan de Marketing Internacional es el elemento fundamental para llevar a cabo nuestra expansión hacia un mercado internacional, por ello es necesario definir de manera correcta el mercado hacia el cual se encaminarán los recursos, cómo se fijarán los precios, la promoción, distribución, entre otros, de tal forma que satisfagan las necesidades individuales y organizacionales.

3.1. DESCRIPCION DEL PRODUCTO

En la actualidad la demanda de productos del sector agrícola con alto valor agregado tiene auge en los mercados internacionales y los clientes no solo optan por consumir productos con precios bajos sino por aquellos que sean seguros, que cumplan con los estándares de calidad, que contribuyan con la salud y el bienestar, sean responsables con el medio ambiente. Tal es el caso del jengibre, más conocido en nuestro país como kión, este tubérculo con altas propiedades nutricionales beneficiosas para la salud y de gran sabor.

Figura 9: Planta jengibre.



El jengibre se conoce como una de las especies de mayor aroma de uso doméstico más antiguo, su cultivo remonta a más de 4500 años en la India (área Indo malaya) y en el Sur de China. En el siglo IX fue introducido del continente asiático a Europa por los árabes. En el siglo XIII navegantes árabes lo llevaron a la India a la parte oriental de África, los portugueses en el siglo XVI lo introdujeron al occidente africano y fue traído a las Antillas procedente de la isla de las Molucas “Islas de las Especias”, por navegantes portugueses, quienes la descubrieron en 1511 y fueron los españoles quienes introdujeron el jengibre al Nuevo Mundo. El Jengibre fue traído al Perú a fines del siglo XVIII, proveniente de la China, vía Guayaquil menciona (Olortegui, 2016).

Es miembro de una familia de plantas que incluye el cardamomo y la cúrcuma. El picante se debe principalmente a la presencia de cetonas, especialmente los gingeroles, que parecen ser el componente principal del jengibre estudiado en gran parte de la investigación científica relacionada con la salud. El rizoma es la parte principal que se consume. El nombre actual de Ginger proviene del inglés medio gingivere, pero esta especia se remonta a más de 3000 años a la palabra sánscrita srngaveram, que significa "raíz de cuerno", según su apariencia. En griego se llamaba ziggiberis y en latín zinziberi. Curiosamente, el jengibre no crece en la naturaleza y sus orígenes reales son inciertos (Dong & Bode, 2011).

Según (Shahrajabian, Sol, & Cheng, 2019) el jengibre y sus compuestos hierro, magnesio, calcio, vitamica C, flavonoides, compuestos fenólicos (gingerdiol, gingerol, gingerdiona y shogaoles), sesquiterpenos, paradol se han utilizado durante mucho tiempo como un medicamento a base de plantas para tratar diversos síntomas, incluidos vómitos, dolor, síntomas del resfriado y se ha demostrado que tiene propiedades y es ampliamente utilizado para lo siguiente:

Tabla 18: Propiedades y utilización

PROPIEDADES	UTILIZADO PARA
• Antioxidante y antiinflamatorio natural • Antipiréticas • Antiplaquetarias • Antitumorales • Antihiperglucémicas • Antioxidantes • Antidiabéticas • Anticoagulantes y analgésicas • Cardiotónico • Citotóxico	• Artritis • Calambres • Esguinces • Dolores de garganta • Reumatismo • Dolores musculares • Vómitos • Estreñimiento • Indigestión • Hipertensión • Demencia • Fiebre • Enfermedades infecciosas

Elaboración: Propia. Fuente: Shahrajabian, Sol, &Cheng (2019)

Asimismo (EsSalud, 2019) señaló que el kión tiene propiedades fluidificantes que ayudan a eliminar las secreciones que en su mayoría no se pueden expectorar. Por lo que este producto es altamente recomendado para combatir enfermedades respiratorias.

Por su parte (SIICEX, 2020) enfatiza también que esta raíz contiene nutrientes y compuestos bioactivos que tienen beneficios poderosos para su cuerpo y cerebro. Asimismo, contiene gingerol, una sustancia con potentes propiedades medicinales. Además de ello, puede reducir el dolor muscular y el dolor, así como también, reducir drásticamente el azúcar en la sangre y mejorar los factores de riesgo de enfermedades del corazón. En el caso de las mujeres, para este tipo de producto, el polvo de jengibre puede reducir significativamente el dolor menstrual.

Cabe mencionar que las principales zonas de producción de jengibre en el Perú se encuentran en Pichanaki, Satipo, San Martín de Pangoa y Mazamari, región Junín. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2020)

Figura 10: Estacionalidad del jengibre. Elaboración: Propia.

Existe disponibilidad del producto en todo el año debido a que este puede mantenerse bajo tierra por periodos prolongados lo que permite el abastecimiento constante, sin embargo, el principal periodo de producción es de junio a febrero presentando una baja producción en los meses de marzo a mayo, tal como se muestra en la figura 10.

Podemos afirmar que el jengibre es una planta herbácea que se encuentra entre las especies más versátiles y saludables que existen en el mundo gracias a los diversos beneficios que se obtienen al consumirlo y las diferentes maneras de emplearlo. Más conocido como Kión en nuestro país se cosecha y exporta en gran volumen del departamento de Junín, pues crecen en climas tropicales ubicadas en zonas de la selva montañosa.

La empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. se dedicará a la exportación de este producto, pero con alto valor agregado, es decir, JENGIBRE ORGÁNICO EN POLVO pues la finalidad de esta presentación es que el consumidor pueda darle diferentes usos, sin limitarlo a uno solo. Por otro lado, en esta presentación el jengibre se mantiene fresco por un tiempo más prolongado y su uso es casi inmediato. Así también contará con certificación y cumplirá con los estándares de calidad del mercado internacional.

Figura 11: Jengibre en Polvo. Fuente: Google imágenes.

La presentación del producto de PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. será en envases tipo Doypack BOPP laminado con polietileno de 120 g/m2 con Zipper en color mate, cuyo contenido será de 100 gr.

Figura 12: Doypack. Fuente: Envapack Perú.

"En PERUVIAN ORGANIC GINGER S.A.C. buscamos a través de la exportación y comercialización del jengibre en polvo, contribuir y promover estilos de vida saludable sin que esta resulte accidentado debido a las dificultades que existen al consumir productos con alto valor nutricional, sino realzando la versatilidad del producto al poder adherirlo a diferentes alimentos y bebidas de nuestra dieta con solo un abrir y cerrar de empaque. Además, pretendemos con las propiedades del jengibre curar y prevenir enfermedades con el único propósito de mejorar la calidad de vida de los clientes".

3.1.1. CLASIFICACION ARANCELARIA

Es imprescindible conocer la clasificación arancelaria de nuestro producto pues permitirá su identificación a nivel internacional, además nos facilita conocer los aranceles en caso se apliquen en el mercado de destino, los trámites de exportación, análisis del mercado, entre otros aspectos importantes.

Según (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y Aduanas, 2020) la partida arancelaria para el jengibre en polvo es:

Tabla 19: Clasificación Arancelaria

Sección II	**PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL**
Capítulo 09	Café, té, yerba mate y especias
09.10	Jengibre, azafrán, cúrcuma, tomillo, hojas de laurel, "curry" y demás especias.
0910.12.00.00	Triturado o pulverizado

Elaboración: Propia. Fuente SUNAT.

Según la tabla 19 la partida correspondiente al jengibre en polvo es 0910.12.00.00, donde: 09 corresponde al capítulo, 0910 a la partida, 0910.12 a la sub partida del sistema armonizado, 0910.12.00 a la sub partida nandina y finalmente 0910.12.00.00 a la sub partida nacional.

A manera de referencia en la siguiente figura se muestran las medidas impositivas para las mercancías de la subpartida del jengibre en polvo aplicable para el ingreso a nuestro país.

Figura 13: Medidas impositivas para la partida 0910.12.00.00. Fuente: SUNAT.

TIPO DE PRODUCTO:	DS.340-2014-EF-DS.314-2014-EF-FE ERRATAS 08.11.2014-DS.312-2

Gravámenes Vigentes	Valor
Ad / Valorem	0%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	0%
Impuesto de Promoción Municipal	0%
Derecho Específicos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	1.75%
Sobretasa Tributo	0%
Unidad de Medida:	(*)
Sobretasa Sanción	N.A.

3.1.2. PROPUESTA DE VALOR

Para desarrollar nuestra propuesta de valor aplicaremos el lienzo de propuesta de valor pues nos permite dimensionar de manera sencilla hacia quien va dirigido nuestro producto. Además, permitirá a PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC compartir esta propuesta con los integrantes de la empresa con el propósito de encaminar los esfuerzos y recursos hacia una misma dirección. Ver anexo 6.

El modelo de negocio es B2B (negocio a negocio), es decir, nuestra empresa ingresará al mercado estadounidense a través de un bróker pues es quien conoce los canales de distribución y el mercado en el cual pretendemos ingresar nuestro producto jengibre orgánico en polvo en doypacks. Este se encargará de comercializarlo en supermercados y tiendas especializadas en productos orgánicos, saludables, naturales, medicinales y finalmente al consumidor final. Se realizarán las negociaciones de cantidad ingresada al mercado y porcentaje por ventas.

Con base en lo mencionado se procederá a desarrollar el lienzo de propuesta de valor que involucra varios factores determinantes entorno al cliente.

El cliente busca:

- Mayor rotación de productos.
- Calidad.
- Just in time.
- Productos orgánicos y saludables.
- Productos versátiles.
- Productos que cumplan con estándares de calidad.

Frustraciones:

- Precios altos.
- Variedades limitadas.
- Tiempo de tránsito prolongados.
- Posible baja aceptación del producto en el mercado.

Alegrías:

- Alta rotación del producto.
- Publicidad y Marketing Digital.
- Abastecimiento constante (disponibilidad del producto todo el año).
- Fácil almacenamiento y distribución.

Ante ello la empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC propone el siguiente producto: **“Jengibre en polvo orgánico en doypacks”**

Aliviadores de dolor:

- Práctico.
- Ahorro de tiempo.

- Empaque innovador que facilita su distribución y almacenamiento.
- Bienestar.
- Múltiples usos.

Creadores de alegrías:

- Orgánico (USDA ORGANIC).
- Respaldo de marcas sectoriales (Marcaperu, superfoods).
- Arancel 0%.
- Tendencia creciente de consumo de productos orgánicos para un estilo de vida saludable y fitness.
- Trazabilidad gracias a los códigos QR.

Nuestra propuesta de valor está enfocada en las necesidades y deseos de nuestro cliente. De manera más específica es todo aquello que el cliente quiere resolver en su vida diaria, pero se encuentra con obstáculos en el camino para obtener los resultados que estaban buscando conseguir y ante ello con nuestro producto construimos valor aliviando frustraciones y creando alegrías.

Si bien nuestro cliente no es el consumidor final, se debe orientar en cierta forma hacia ellos el valor que encuentren o que le den al producto que se va a comercializar, en ese sentido se señala la propuesta de valor tomando en cuenta 3 dimensiones fundamentales:

Dimensión Funcional:

- Fácil de manipular y emplear, gracias a su empaque "easy to use" que permite una apertura y cierre de forma práctica.
- Un código QR que brindará diferentes recetas donde se emplea el producto.
- Periodo prolongado de vida útil.

Dimensión Social:

- Producto orgánico ante la creciente demanda de productos de esta naturaleza para un estilo saludable y fitness.
- Múltiples usos, se puede emplear en comidas, ensaladas, bebidas, postres, batidos.
- Respaldo de marcas sectoriales (Marca Perú y Super Foods).

Dimensión Emocional:

- Altas propiedades medicinales y nutricionales que brindarán bienestar físico al consumidor.
- Un código QR que permitirá conocer al consumidor el origen del producto.
- Sabor superior al de otros países.

Tabla 20: Modelo Canvas de la empresa Peruvian Organic Ginger SAC

Asociaciones Clave * Bróker especializado en este tipo de productos en nuestro mercado objetivo, que nos garantice llegar al cliente de forma eficiente. * Los supermercados o tiendas especializadas. * Apoyo de entidades como Promperú para potenciar nuestro producto en nuestro mercado objetivo (Ferias, ruedas, misiones). Obtener la Marca Perú y Super Foods. * Asesoramiento respecto al negocio.	**Actividades Clave** * Compra de insumos, tercerizar maquila y traslado a nuestros almacenes de Callao del jengibre en polvo orgánico listo para la exportación. * Acondicionar y unitarizar las cajas sobre pallets y contenedores. * Gestionar los trámites de aduanas y logísticos para la exportación. * Comunicación constante con todos los actores de la cadena logística. * Publicidad. **Recursos Clave**	**Propuesta de Valor** Dimensión Funcional: * Fácil manipulación y almacenamiento. * Fácil de emplear, gracias a su empaque "easy to use" que permite una apertura y cierre de forma práctica. * Un código QR que brindará diferentes recetas donde se emplea el producto. * Periodo prolongado de vida útil. Dimensión Social: * Producto orgánico ante la creciente demanda de productos de esta naturaleza para un estilo saludable y fitness. * Múltiples usos, se puede	**Relaciones con Clientes** * Tener base de datos de clientes, canales, etc. * Atención personalizada mediante llamadas, correos o redes sociales. * Página web, redes sociales y actividades dentro de estas plataformas digitales. **Canales**	**Segmentos de Clientes** Nuestros clientes son: brókeres y/o distribuidores en Nueva York - Estados Unidos, quienes se encargan de vender el producto a supermercados y tiendas especializadas tales como Whole Foods, The Kroger Co., Trader Joe's, entre otras. Los consumidores finales son: * Hombres y

	* Personal capacitado: Gerente General, Jefe de Comercio Exterior y Logística, Asistente de Comercio Exterior y Logística, Almacenero, *Asesoramiento Externo. * Tecnología (artículos de oficina, redes sociales, página web). * Local que funciona como almacén y oficinas administrativas. * Proveedores de insumos.	emplear en comidas, ensaladas, bebidas, postres, batidos. * Respaldo de la Marca Perú y Super Foods. Dimensión Emocional: * Altas propiedades medicinales y nutricionales que brindarán bienestar físico al consumidor. * Un código QR que permitirá conocer al consumidor el origen del producto. * Sabor superior al de otros países.	*Supermercados y tiendas especializados, en productos orgánicos, productos naturales, para atletas. Pues en estos lugares los clientes realizan sus compras. * Ferias, ruedas, misiones.	mujeres. * 25 a 60 años. * Buscan ahorrar tiempo. * Preocupados por consumir productos naturales y saludables. * Hogares unipersonales. * Estilo de vida fitness. * Personas que disfrutan de realizar postres saludables. * Personas con poca energía o entusiasmo para cocinar (personas mayores).

Estructura de Costes	**Fuentes de Ingresos**
*Sueldo de trabajadores. * Alquiler del local. * Compra de insumos. * Pago a proveedores en general. * Pago de servicios. * Pago publicidad. * Pago al banco.	* Venta del jengibre en polvo orgánico. * Pago mediante transferencia bancaria (Plazos diferidos). * Financiamiento y/o préstamos.

Elaboración: Propia.

3.1.3. FICHA TÉCNICA COMERCIAL

Tabla 21: Ficha técnica del jengibre orgánico en polvo

FICHA TÉCNICA JENGIBRE ORGÁNICO EN POLVO			
EMPRESA	PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC		
NOMBRE DEL PRODUCTO	JENGIBRE ORGÁNICO EN POLVO		
NOMBRE EN INGLÉS	ORGANIC GINGER POWDER		
NOMBRE CIENTÍFICO	ZINGIBER OFFICINALE ROSCOE	**ORIGEN**	PERU
PARTIDA	0910120000 - - Triturado o pulverizado		
ZONA DE PRODUCCIÓN	Junín, Perú		
MERCADO DE EXPORTACIÓN	Estados Unidos		
USO Y APLICACIÓN	Producto alimenticio		
PROPIEDADES FÍSICAS Y QUÍMICAS	Color: Beige Olor: Característico del producto Textura: Fina Humedad: <8%		
EMPAQUE	Doypack BOPP laminado con polietileno de 120 g/m2 con Zipper, en color mate con zipper. Peso: 100 gr		
ETIQUETA	En cada envase se indica: Nombre del producto, contenido neto, envasado, duración, N° de Lote, origen, tabla nutricional, certificaciones, entre otros.		
TABLA NUTRICIONAL	Calorías: 347 kcal Grasas saturadas: 6 Sodio: 33 Carbohidratos: 33 Fibra: 13 Hierro: 12 Calcio: 116 Proteínas: 9 Vitamina A: 20.7 Vitamina C: 7		
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	Cultivo del jengibre, entrega y recepción del jengibre, molienda, secado, limpieza, envasado, paletizado y cargado en camiones, posteriormente en contenedores.		
ALMACENAMIENTO	No necesita refrigerarse. Mantener en un lugar seco y a temperatura ambiente.		

VIDA ÚTIL	No hay límite al ser almacenado en un lugar seco y a temperatura ambiente. Sin embargo, se recomienda 12 meses.
ESTACIONALIDAD	

Elaboración: Propia. Fuente: Adaptado de Eurolatin

La ficha técnica anterior resume las características del producto, procedencia, propiedades físicas, nutricionales, forma de almacenamiento, estacionalidad y más.

3.2. INVESTIGACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

Para determinar el mercado objetivo se procedió con el análisis de distintos criterios como países importadores de dicha partida, tendencias de consumo en dicho país, aspectos económicos, políticos, comerciales, con el soporte de data nacional e internacional, proyecciones, entre otros, es así que se definió que el país al cual se exportará el jengibre en polvo orgánico es Estados Unidos.

3.2.1. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

Tabla 22:Valor importado por el mundo de la partida 091012 Jengibre, triturados o pulverizados periodo 2013 al 2019 (millones de US$)

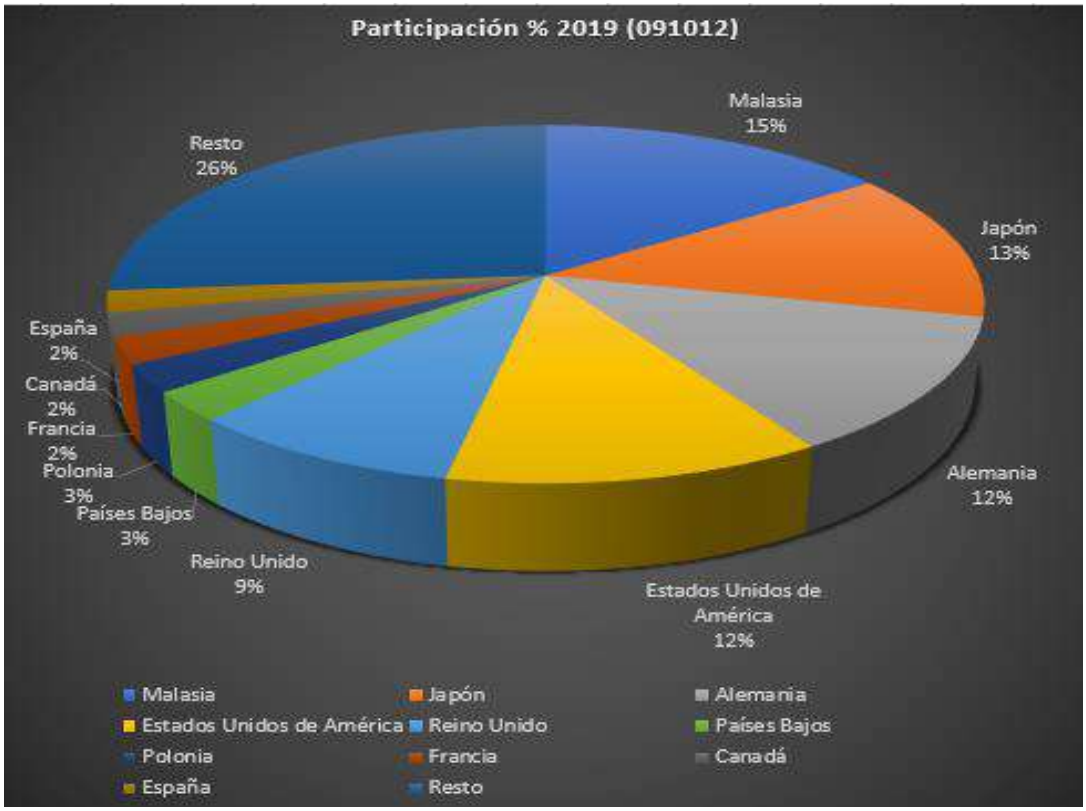
Importadores	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	PART. % 2019	VAR.% 2019 - 2018	TCP. % 2013 - 2019
Malasia	5	6	7	7	12	14	17	15%	21.4%	23.1%
Japón	13	11	13	13	14	13	15	13%	13.8%	2.6%
Alemania	14	12	11	17	15	15	14	12%	-8.9%	0.1%
Estados Unidos de América	5	6	9	9	11	13	13	12%	6.1%	16.8%
Reino Unido	5	7	7	8	8	9	10	9%	7.5%	13.4%
Países Bajos	3	3	4	4	3	3	3	3%	16.5%	1.0%
Polonia	1	1	1	1	2	2	3	3%	34.4%	12.4%
Francia	2	2	2	2	2	3	3	2%	-1.5%	6.7%
Canadá	2	2	2	2	2	2	2	2%	2.0%	3.9%
España	1	1	1	1	1	1	2	2%	110.9%	25.6%
Resto	17	22	23	23	26	28	29	26%	6.6%	10.1%

Mundo	67	73	82	87	96	103	112	100%	8.8%	9.0%

Fuente: Trade Map. Elaboración: Propia.

Las importaciones mundiales de la partida 091012 del jengibre, triturados o pulverizado en el año 2019 totalizaron un valor de 112 millones US$, lo cual significó un crecimiento de 8,8% respecto al 2018. Asimismo, en los últimos siete años el crecimiento promedio anual de este producto fue del 9%. Siendo los principales países importadores Malasia con una participación del 15%, Japón con 13%, Alemania y Estados Unidos con 12% respectivamente y tal como se muestran las estadísticas es un producto con demanda creciente interesante y atractiva.

Figura 14: Participación 2019 valor importado de la partida 091012.



Elaboración: Propia.

De manera gráfica, tal como se muestra en la figura 15 respecto a la tabla 21, la participación de Malasia, Japón, Estados Unidos, Alemania y Reino Unido representó el 61% del total de importaciones de Jengibre, triturados o pulverizados del año 2019 del mundo y el 39% corresponde

al resto de países importadores de esta partida encontrándose en dicha estadística Países bajos, Francia, Polonia, entre otros.

Tabla 23: Cantidad importada por el mundo de la partida 091012 Jengibre, triturados o pulverizados periodo 2013 al 2019 (Toneladas)

Importadores	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	VAR.% 2019 - 2018	TCP. % 2013 - 2019
Malasia	5,880	3,469	8,429	13,812	14,680	17,486	18,467	5.6%	21.0%
Bangladesh	20	-	39	47	1,128	4,054	6,048	49.2%	159.1%
Japón	4,437	3,253	4,301	4,851	5,281	5,195	5,721	10.1%	4.3%
Alemania	3,886	3,625	3,140	5,051	4,784	5,069	4,926	-2.8%	4.0%
Estados Unidos de América	1,943	1,639	2,488	2,390	3,601	3,884	3,868	-0.4%	12.2%
Reino Unido	1,182	1,703	1,774	1,946	2,392	2,979	3,742	25.6%	21.2%
Nigeria	-	-	-	-	-	418	2,003	379.2%	-
Países Bajos	826	1,086	1,139	1,186	1,017	888	1,026	15.5%	3.7%
Kuwait	66	60	50	87	86	78	1,016	1202.6%	57.7%
Resto	7,220	8,720	9,801	12,310	12,738	12,809	13,288	3.7%	10.7%
Mundo	25,477	23,729	31,163	41,700	45,710	52,860	60,105	13.7%	15.4%

Fuente: Trade Map. Elaboración: Propia.

Con base en la tabla 22 podemos visualizar que la cantidad importada por el mundo de la partida del Jengibre, triturados o pulverizados en el año 2019 asciende a 60,105 tn, con un crecimiento del 13,7% respecto a la cantidad importada en el año 2018 y un crecimiento promedio anual en los últimos siete años del 15,4%. Destacando Malasia, incorporándose Bangladesh, Japón, Alemania y Estados Unidos como los principales importadores por cantidad importada. Cabe destacar que, si bien Bangladesh importó mayor volumen, Estados Unidos tuvo mayor participación en valor importado.

Tabla 24: Exportaciones Peruanas de la partida 091012 Jengibre, triturados o pulverizados al mundo periodo 2013 al 2019 – Julio (miles de US$)

Importadores	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	PART. % 2019	VAR. % 2019 - 2018	TCP. % 2013 - 2019
Alemania	0	0	0	0	0	48	111	23%	131.3%	-
México	0	0	2	0	2	31	88	18%	183.9%	-
Argentina	0	0	3	58	71	55	84	17%	52.7%	-
Estados Unidos de América	235	284	162	129	91	28	59	12%	110.7%	-21%
Chile	35	78	17	106	57	12	50	10%	316.7%	6%
Brasil	0	0	0	25	16	2	35	7%	1650.0%	-
Letonia	0	37	17	53	0	29	34	7%	17.2%	-
Honduras	0	0	0	0	0	0	10	2%	-	-
Ecuador	0	0	0	0	0	3	9	2%	200.0%	-
Colombia	0	2	11	5	18	8	6	1%	-25.0%	-
Singapur	0	0	0	1	0	2	3	1%	50.0%	-
Resto	2	129	146	537	300	1	0	0%	-100.0%	-100%
Mundo	272	530	358	914	555	219	489	100%	123.3%	10%

Elaboración: Propia. Fuente: Trade Map.

Las exportaciones totales del mundo de la partida 091012 del jengibre, triturados o pulverizado en el año 2019 exportado por Perú, se valorizaron en 489 mil US$, lo cual significó un crecimiento importante de 123.3% respecto al 2018. Asimismo, en los últimos siete años el crecimiento promedio anual de este producto fue del 10%. Siendo los principales países a los cuales exportamos Alemania, México, Argentina y Estados Unidos.

Tabla 25: Cantidad exportada de Perú al mundo de la partida 091012 Jengibre, triturados o pulverizados periodo 2013 al 2019 (Toneladas)

Importadores	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	VAR. % 2019 - 2018	TCP. % 2013 - 2019
Argentina	0	0	1	27	41	35	46	31.4%	-
Estados Unidos de América	202	212	92	72	44	5	43	760%	-23%
México	-	-	0	-	0	16	40	150%	-
Alemania	-	-	-	-	-	13	31	138.5%	-
Letonia	-	23	9	32	-	26	30	15.4%	-
Chile	176	242	25	47	31	10	28	180%	-26%
Colombia	-	3	10	33	83	36	26	-27.8%	-
Brasil	-	-	-	13	10	1	22	2100%	-
Honduras	-	-	-	-	-	-	5	-	-
Ecuador	-	-	-	-	-	1	3	200%	-
Singapur	-	-	-	0	-	0	0	-	-
Resto	1	83	79	276	170	0	0	-	-1
Mundo	379	563	216	500	379	143	274	92%	-0.1

Elaboración: Propia. Fuente: Trade Map.

La cantidad exportada de jengibre, triturado o pulverizado de Perú al mundo se incrementó en 92% pese al ligero descenso del crecimiento promedio de los últimos siete años. Esto se debe notablemente al incremento de las importaciones del producto en el 2019. Entre los principales países a los cuales el Perú exporta jengibre, triturado o pulverizado figuran Argentina, Estados Unidos, México, Alemania, Letonia. Siendo Estados Unidos el país que presenta un crecimiento importante de 760% por encima de Alemania que tuvo un crecimiento de 138,5%.

Tabla 26: Comparativo exportaciones peruanas de la partida 091012 Jengibre, triturados o pulverizados primer semestre 2019 y 2020.

Importadores	Enero - Julio 2019		Enero - Julio 2020		VAR. % 2020 - 2019 US$	VAR. % 2020 - 2019 Toneladas
	Miles US$	Toneladas	Miles US$	Toneladas		
Alemania	-	-	124	30	-	-
Estados Unidos de América	29	22	98	39	238%	77%
Argentina	39	22	67	38	72%	73%
Corea del Sur	-	-	46	10	-	-
Letonia	17	15	40	30	135%	100%
España	-	-	30	11	-	-
Colombia	1	9	15	11	1400%	22%
Chile	4	9	8	5	100%	-44%
Jordania	-	-	7	4	-	-
Ecuador	9	3	7	3	-22%	0%
Brasil	54	4	4	2	-93%	-50%
Singapur	-	-	4	0	-	-
Albania	-	-	2	1	-	-
Canadá	-	-	1	0	-	-
México	19	9	1	0	-95%	-100%
TOTAL	172	93	454	184	164%	98%

Elaboración: Propia. Fuente: SUNAT.

En la tabla 26 se muestran las exportaciones de Perú al mundo de jengibre triturado o pulverizado en el primer trimestre de 2020 figurando Alemania, Estados Unidos y Argentina como los principales importadores de este producto, no obstante, al realizar el comparativo con el primer semestre del año pasado se muestran variaciones importantes. Tal es así que en el primer semestre del 2020 las exportaciones de Perú hacia los Estados Unidos totalizaron un valor de US$ 98 mil dólares, lo cual significó un crecimiento de 238% respecto al primer semestre de 2019. Asimismo, la cantidad exportada en el primer semestre del 2020 totalizó 39 toneladas, lo que representa un crecimiento de 77% respecto al mismo periodo en 2019 que ascendió a 22 toneladas. Para Alemania no se registraron exportaciones en el primer semestre de 2019 lo que sí ocurrió en 2020, sin embargo, se posicionaron por debajo de Estados Unidos. Argentina tuvo un crecimiento en valor y cantidad de 72% y 73% respectivamente.

De acuerdo a la estadística estudiada y con el fin de realizar la macro segmentación se tomaron en cuenta los 4 principales países importadores de la partida 091012 Jengibre, triturados o pulverizado de Perú que son Estados Unidos, Alemania, México y Argentina. Se evaluó diversos aspectos importantes que influyeron en la toma de decisión hacia lo que finalmente se convertirá en nuestro mercado objetivo.

Tabla 27: Información por país para determinar mercado objetivo.

INFORMACIÓN POR PAÍS			
ALEMANIA	**ESTADOS UNIDOS**	**ARGENTINA**	**MÉXICO**
Nombre: TLC, Perú-Unión europea En vigor: 01/03/2013 Tipo: Acuerdo de Libre comercio Estados Miembros: Países que conforman la Unión Europea	Nombre: TLC, Perú-Estados Unidos En vigor: 01/02/2009 Tipo: Acuerdo de Libre comercio Estados Miembros: Perú, Estados Unidos de América	Nombre: MERCOSUR-Perú En vigor: 14/12/2005 Tipo: Acuerdo de alcance parcial Estados Miembros: Argentina, Brasil, Paraguay, Perú, Uruguay	Nombre: TLC, Perú-México/Alianza Pacífico En vigor: 01/02/2012 / 01/05/2016 Tipo: Acuerdo de alcance parcial/Acuerdo de libre comercio Estados Miembros: México, Perú/Chile, Colombia, México, Perú
Tarifa preferencial (arancel): 0%	Tarifa preferencial (arancel): 0%	Tarifa preferencial (arancel): 0%	Tarifa preferencial (arancel): 0%
Población del país: 83.151 millones	Población del país: 330.005 millones	Población del país: 45,388 millones	Población del país: 128.933 millones
Inflación: 1.3%	Inflación: 1.8%	Inflación: 53.5%	Inflación: 3.6%
PBI 2019: 0.6%	PBI 2019: 2.3%	PBI 2019: -2.2%	PBI 2019: 0.1%
Se prevé PIB debiera caer a -7% en 2020, y repuntar a 5,2% en 2021	Se prevé PIB debiera caer a -5.9% en 2020, y repuntar a 4.7% en 2021	Se prevé PBI 2020 caiga a -5.7%, y repunte a 4.4% en 2021	Se prevé PIB caiga a -6,6% en 2020 y luego repunte a 3% en 2021
Doing Business: Puesto #22 Puntuación 79.7 de 100	Doing Business: Puesto #6 Puntuación 84 de 100	Doing Business: Puesto #126 Puntuación 59 de 100	Doing Business: Puesto #60 Puntuación 72.4 de 100

Fortalezas: *Fuerte base industrial. *Bajo desempleo estructural, sistema de aprendizaje bien desarrollado. *Importancia de las pymes exportadoras de propiedad familia. *Deuda privada de los hogares relativamente baja. *Sistema institucional que promueve la representatividad.	Fortalezas: *Mercado laboral flexible. *El pleno empleo es uno de los objetivos de la Reserva Federal. *El papel predominante del dólar en la economía mundial. *70% de la deuda pública en manos de residentes. *Muy atractivo: líder en investigación e innovación; enorme mercado. *Fiscalidad empresarial favorable. *Aumento de la autonomía energética.	Fortalezas: *Importante actor agrícola. *Grandes reservas de gas y petróleo de esquisto. *Nivel de educación superior al promedio regional. *PIB per cápita superior al promedio de la región.	Fortalezas: *Proximidad geográfica a la economía de Estados Unidos. *Base industrial sustancial. *Tipo de cambio flotante *Nivel adecuado de reservas de divisas Gran población y coste laboral relativamente bajo *Entorno regulatorio de apoyo.
Debilidades: *Disminución de la población activa a partir de 2020, a pesar de la inmigración. *Baja rentabilidad bancaria. *Prominencia de las industrias automotriz y mecánica, particularmente en las exportaciones. *Las limitaciones de capacidad, la inversión insuficiente (especialmente en accesibilidad a Internet) y el capital de riesgo limitan las	Debilidades: *Baja participación en el mercado laboral. *Hogares no geográficamente flexibles. *Deuda alta de los hogares. Paisaje político polarizado *Disminución de la tasa de fertilidad. *Infraestructura obsoleta. *Aumento de las desigualdades.	Debilidades: *Cuentas fiscales débiles y preocupación por la sostenibilidad de la deuda. *Se reforzaron los controles de capital para frenar la caída de las reservas de divisas. *Dependencia de los precios de los productos básicos agrícolas y las condiciones climáticas. *Inflación pegajosa y disparada y niveles de tipos de interés prohibitivos.	Debilidades: *Gran dependencia de la economía estadounidense; vulnerable a la ratificación del acuerdo T-MEC (que reemplaza al TLCAN) por parte del Congreso de los Estados Unidos. *Altas disparidades de ingresos y aumento de la criminalidad. *Alto nivel de corrupción. *Debilidades en transporte, salud y educación. *Sector petrolero socavado por años

ganancias de productividad.		*Cuellos de botella en la infraestructura.	de subinversión. *Alta informalidad en el mercado laboral.
Requisitos: *Requisito de control de contaminantes en alimentos. Requisito de control de residuos de plaguicidas en productos vegetales y animales destinados al consumo *Requisito de control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal y control fitosanitario. *Requisito de trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en alimentos. *Requisito de etiquetado de productos alimenticios. *Requisito voluntario - Productos de producción ecológica.	Requisitos: * Ley contra el bioterrorismo. *Requisito de etiquetado. *Requisito de Gestión de Inocuidad de Alimentos. *Requisitos sanitarios y fitosanitarios. *Límites de tolerancia para residuos. *Requisitos de productos orgánicos. *Otros requisitos de la FDA.	Requisitos: *Requisito de autorización por motivos sanitarios y fitosanitarios para la importación de determinados productos *Límites de tolerancia para residuos. o contaminación por determinadas sustancias (no microbiológicas). *Requisito de registro / aprobación del producto. *Requisito de certificación. *Requisito de inspección. *Medidas sanitarias y fitosanitarias. *Requisitos de etiquetado. *Requisitos de empaque. *Requisito de identidad del producto. *Requisito de certificación.	Requisitos: *Requisito de certificación. *Requisito de inspección. *Evaluación de la conformidad. *Requisitos de etiquetado. * Requisitos de productos orgánicos.

Elaboración: Propia.
Fuente: (Banco Mundial, 2020), (International Monetary Fund, 2020), (World Economic Forum, 2020) (Market Access Map, 2020), (Santander Trade Markets, 2020)

A partir de la tabla anterior podemos afirmar que contamos con acuerdos comerciales con los 4 países permitiéndonos contar con un arancel del 0% beneficioso para nuestras actividades. En relación a su demografía podemos mencionar que el país con mayor número de habitante es evidentemente Estados Unidos con más de 330 millones de personas un mercado amplio e interesante y de manera decreciente se encuentra México, Alemania y Argentina.

El país con mayor inflación es Argentina con 53,5%, una cifra exorbitante a comparación de Alemania, Estados Unidos, incluso México. En cuanto al PBI del 2019, Estados Unidos se antepone a los demás países con 2,5%, seguido de Alemania con 0,6%, escenario contrario al México y Argentina con 0.1% y -2.2% respectivamente y debido a la coyuntura en la que nos encontramos se estima que el PBI 2020 de cada país caiga, y se repunte a 5,7% para Alemania, 4,7% para Estados Unidos, 4,4% para Argentina y 3% México para el 2021.

Asimismo, Estados Unidos ocupa el puesto 6 en el ranking Doing Business aplicada a 190 economías, Alemania el puesto 22, México el puesto 60 y Argentina el 126. Respecto a las fortalezas y debilidades de cada mercado Estados Unidos se antepone a todos gracias a su experiencia comercial, además de ser altamente dependiente de sus importaciones. Finalmente, todos los países cuentan con requisitos de ingreso a su país, mostrando un nivel de exigencia alta para ingresar a Alemania a diferencia de Estados Unidos, México, Argentina.

MACROSEGMENTACIÓN

Procederemos a definir las variables para la matriz de selección que nos llevará a la selección de nuestro mercado objetivo.

Tabla 28: Variables para la Matriz de selección de mercado objetivo.

VARIABLES	FACTOR
PREFERENCIAS ARANCELARIAS	10%
INFLACIÓN	15%
PBI	10%

PARTICIPACIÓN EN LAS IMPORTACIONES MUNDIALES	20%
PARTICIPACIÓN EN LAS EXPORTACIONES DE PERÚ	25%
FACILIDAD PARA HACER NEGOCIO	20%

Elaboración: Propia.

Se está tomando en cuenta seis variables importantes que serán aplicadas en nuestra matriz de selección. De igual modo se asignará una puntuación del 1 al 4, donde 1 responde a nada óptimo, 2 poco óptimo, 3 óptimo, 4 súper óptimo.

Tabla 29: Matriz de selección de mercado

PAÍSES	PREFERENCIAS ARANCELARIAS	FACTOR %	INFLACIÓN	FACTOR %	PBI	FACTOR %	PARTICIPACIÓN EN LAS IMPORTACIONES MUNDIALES	FACTOR %	PARTICIPACIÓN EN LAS EXPORTACIONES DE PERÚ	FACTOR %	FACILIDAD PARA HACER NEGOCIO	FACTOR %	TOTAL
ALEMANIA	4	10%	4	15%	3	10%	4	20%	4	25%	3	20%	3.7
ESTADOS UNIDOS	4	10%	4	15%	4	10%	4	20%	4	25%	4	20%	4.0
ARGENTINA	4	10%	1	15%	1	10%	2	20%	3	25%	2	20%	2.2
MÉXICO	4	10%	3	15%	2	10%	2	20%	3	25%	3	20%	2.8

Elaboración: Propia. Fuente: Propia.

Por lo tanto, podemos afirmar que el país más conveniente y óptimo para exportar nuestro producto según la tabla 28 es Estados Unidos de América.

Según la (Organización Mundial del Comercio, 2020) Estados Unidos tiene la mayor economía del mundo y se encuentra muy integrada a nivel mundial lo que significa que cualquier cambio que se produce en este país tiene consecuencias de gran alcance sobre el resto del mundo, tal es el caso de la crisis financiera del 2008 cuyos efectos se hicieron sentir en todo el mundo. Asimismo, los Estados Unidos sigue siendo el mayor receptor de corrientes internacionales de capital, lo que explicaría el reforzamiento del dólar. Esta apreciación del dólar de los Estados Unidos tiene un impacto en la competitividad y por ende en el comercio.

Tabla 30: Información general de Estados Unidos.

ESTADOS UNIDOS	
	
UBICACIÓN GEOGRÁFICA	América del Norte, entre Canadá y México
CAPITAL	Washington D.C.
POBLACIÓN	330.005 millones
PRINCIPAL CIUDADES	Nueva York, Los Ángeles, Chicago y Washington D.C.
IDIOMA OFICIAL	Inglés
RELIGIÓN	Protestantes 52%, católicos 24%, mormones 2%, judíos 1%, musulmanes 1%, Otros 10%, Sin religión 10%

Elaboración: Propia. Fuente: (Organización Mundial del Comercio, 2020)

Estados Unidos se encuentra ubicado en América del Norte y tal como se aprecia en la imagen, comparte frontera con Canadá por el norte y con México por el sur bordeando el océano atlántico norte y el océano pacífico norte Su capital es Washington DC y cuenta con una población de 330.005 millones de habitantes. Tiene 50 estados que comparten soberanía con el gobierno federal. Entre las principales ciudades se encuentra Nueva York, Los Ángeles, Chicago y Washington DC. El idioma oficial es el inglés, y las religiones que priman en este territorio es protestante y católica. El Actual Presidente es Donald J. Trump.

Figura 15: Indicadores de crecimiento de Estados Unidos.

Indicadores de crecimiento	2017	2018	2019 (e)	2020 (e)	2021 (e)
PIB *(miles de millones de USD)*	19.519,40e	20.580,25e	21.439,45	22.321,76	23.180,28
PIB *(crecimiento anual en %, precio constante)*	2,4	2,9	2,3	-8,0	4,5
PIB per cápita *(USD)*	60.000e	62.869e	65.112	67.427	69.644
Saldo de la hacienda pública *(en % del PIB)*	-4,8	-6,0e	-6,3	-6,3	-6,2
Endeudamiento del Estado *(en % del PIB)*	106,0	104,3e	106,2	108,0	110,0
Tasa de inflación *(%)*	2,1	2,4e	1,8	2,3	2,4
Tasa de paro *(% de la población activa)*	4,4	3,9e	3,7	3,5	3,5
Balanza de transacciones corrientes *(miles de millones de USD)*	-439,65e	-490,98e	-539,45	-569,11	-569,58
Balanza de transacciones corrientes *(en % del PIB)*	-2,3e	-2,4e	-2,5	-2,6	-2,5

Fuente: (Santander Trade Markets, 2020)

En la figura 15 se muestran los indicadores económicos con proyecciones hasta el 2021 tomando en cuenta la coyuntura en la que el mundo se encuentra a raíz de la pandemia. El PBI crece en negativo sin embargo para el 2021 se proyecta una recuperación significativa, con una inflación moderada, demostrando una vez más que es una de las mayores economías del mundo.

Figura 16: Indicadores de comercio exterior de Estados Unidos.

Indicadores de comercio exterior	2015	2016	2017	2018	2019
Importación de bienes *(millones de USD)*	2.307.946	2.251.351	2.408.476	2.614.221	2.567.445
Exportación de bienes *(millones de USD)*	1.504.914	1.454.607	1.546.273	1.663.982	1.643.161
Importación de servicios *(millones de USD)*	469.110	503.053	520.424	539.094	564.276
Exportación de servicios *(millones de USD)*	690.061	752.411	778.361	840.484	853.270

Fuente: (Santander Trade Markets, 2020)

Las importaciones y exportaciones de bienes se mantuvieron en crecimiento hasta el año 2018, sin embargo, en el 2019 tuvo un tenue descenso con este indicador de comercio exterior, no obstante, se evidencia la dependencia de los productos importados para satisfacer el mercado local. Respecto a la importación y exportación de servicios, Estados Unidos muestra cifras con tendencia creciente favorables para su economía, posicionándolo en el primer lugar.

Figura 17: Esperanza de vida en Estados Unidos.

Esperanza de vida al nacer :
población total: 80,3 años
hombre: 78 años
mujer: 82,5 años (2020 est.)

Fuente: (Center Intelligence Agency, 2020)

La esperanza de vida en Estados Unidos fue mayor para las mujeres en el 2019 y según las estadísticas de Center Intelligence Agency de los Estados Unidos para el 2020 muestra que esto se mantiene, es decir, la esperanza de vida de las mujeres estadounidenses es mayor con 82.5 años a diferencia de los hombres que es 78 años.

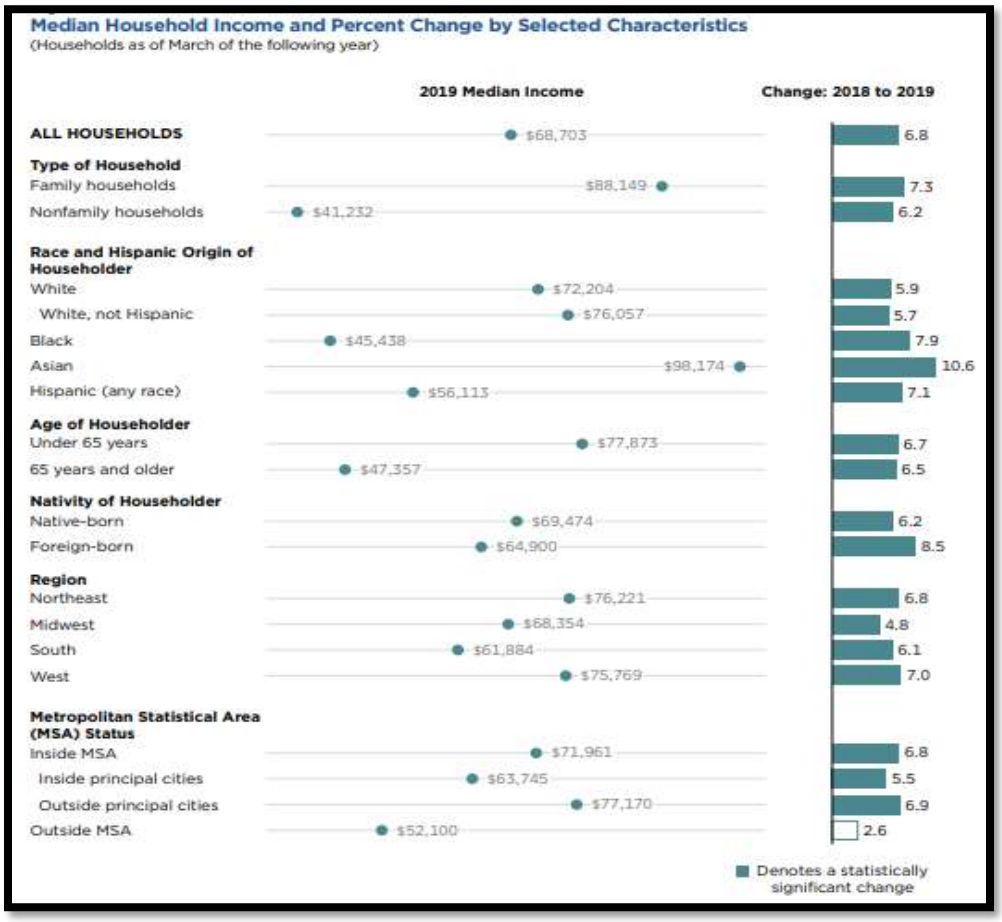
Figura 18: Distribución de la población de Estados Unidos por edades.

Estructura de edad :
0-14 años: 18,46% (hombres 31.374.555 / mujeres 30.034.371)
15-24 años: 12,91% (hombres 21,931,368 / mujeres 21,006,463)
25-54 años: 38,92% (hombres 64,893,670 / mujeres 64,564,565)
55-64 años: 12,86% (hombres 20,690,736 / mujeres 22,091,808)
65 años y más: 16,85% (hombres 25,014,147 / mujeres 31,037,419)

Fuente: (Center Intelligence Agency, 2020)

El 70,29 % de la población estadounidense tienen entre 0 a 54 años, de los cuales el 38,92% oscilan entre 25 a 54 años en su mayoría hombres. El 29,71% tienen entre 55 años a más y en su mayoría son mujeres. Tal es así que podemos afirmar que la población estadounidense es joven.

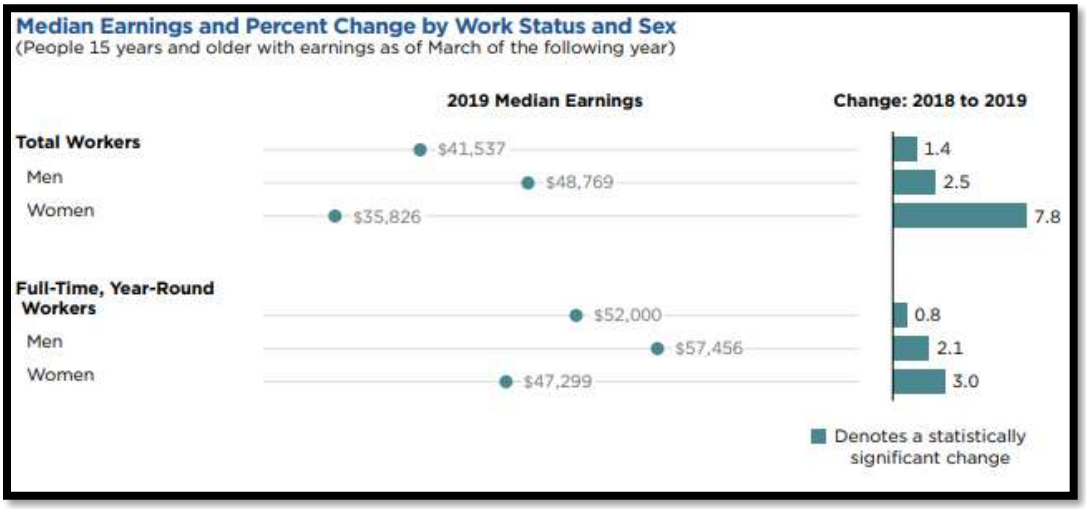
Figura 19: Ingresos de la población de Estados Unidos.



Fuente: (United States Census Bureau, 2020)

El ingreso familiar promedio fue de US$ 68,703 en 2019, lo que significó un aumento del 6,8% respecto a la media de 2018 de US$ 64,324. Los ingresos medianos reales de 2019 de los hogares familiares y no familiares aumentaron un 7,3% y un 6,2% respecto a las estimaciones del 2018. Los ingresos medios reales de 2019 de los hogares blancos, negros, asiáticos e hispanos aumentaron con respecto a la media del 2018 y los ingresos medios reales de los hogares aumentaron para todas las regiones en 2019; 6,8% en el noreste, 4,8% en el medio oeste, 6,1% en el sur y 7,0% en el oeste.

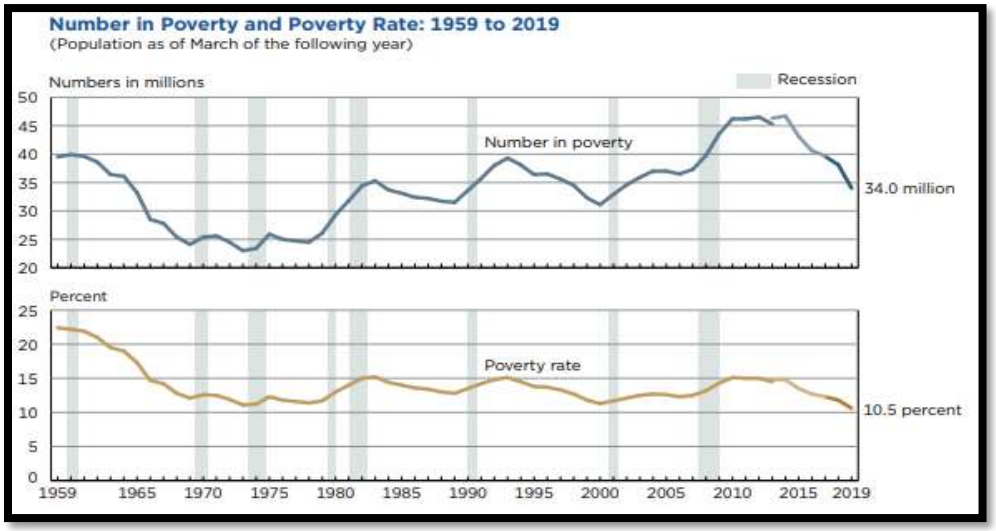
Figura 20: Ingresos de la población de Estados Unidos.



Fuente: (United States Census Bureau, 2020)

Tal como se muestra en la figura 20, entre 2018 y 2019 los ingresos medios reales de todos los trabajadores y de los trabajadores a tiempo completo durante todo el año aumentó en 1,4% y 0,8% respectivamente. Los ingresos promedios reales de hombres fue US$ 57,456 57,456 y las mujeres US$ 47,299, que trabajaron a tiempo completo durante todo el año aumentaron en un 2.1% y un 3.0%, respectivamente. Además, en este mismo periodo el número total de los ingresos independientemente de la experiencia laboral, se incrementó en 2,2 millones y el número de trabajadores a tiempo completo durante todo el año aumentó en 1,2 millones.

Figura 21: Pobreza en Estados Unidos.



Fuente: (United States Census Bureau, 2020)

La tasa de pobreza en 2019 fue del 10,5%, lo que significa 1,3% menos que en 2018 que presentaba 11,8%. Según informa Unites States Census Bereau la disminución anual de pobreza es notorio en los últimos años. En 2019 había 34 millones de personas en situación de pobreza, lo que significaría 4,2 millones menos que en 2018.

Se debe subrayar que la economía estadounidense es abierta y favorable a la inversión extranjera directa al ofrecer un tratamiento nacional al inversor extranjero. No obstante, existen excepciones a este principio tales como restricciones de sectores como banca, defensa, comunicaciones, transporte aéreo o energía nuclear y restricciones que otorgan al presidente la facultad de bloquear operaciones de compra de compañías estadounidenses por parte de compañías extranjeras.

Y para que los productos de origen agrícola ingresen al mercado de Estados Unidos están sujetos a las reglas de Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) y al Departamento de Agricultura (USDA). En el caso de tener ingredientes orgánicos debe cumplir los requisitos de ambos. Entre los requerimientos encontramos que se requiere el certificado fitosanitario, no hay plagas reguladas entorno a este producto, tampoco requiere una declaración adicional ni tratamiento cuarentenario.

MICROSEGMENTACIÓN

Para definir el estado de destino se tomaron en cuenta las siguientes variables para la elaboración de la matriz de selección.

Tabla 31: Variables para la Matriz de selección de estado objetivo.

VARIABLES	FACTOR
POBLACIÓN	15%
INGRESO PER CÁPITA	20%
INGRESO POR EDADES	15%
DEMANDA	30%
DÍAS DE TRÁNSITO	20%

Elaboración: Propia. Fuente: Propia.

Se está tomando en cuenta cinco variables importantes que serán aplicadas en nuestra matriz de selección. De igual modo se asignará una puntuación del 1 al 4, donde 1 responde a nada óptimo, 2 poco óptimo, 3 óptimo, 4 súper óptimo.

Tabla 32: Matriz de selección estado objetivo.

ESTADOS	POBLACIÓN	FACTOR %	INGRESO PER CÁPITA	FACTOR %	INGRESO POR EDADES	FACTOR %	DEMANDA	FACTOR %	DÍAS DE TRÁNSITO	FACTOR %	TOTAL
CALIFORNIA	4	15%	3	20%	3	15%	4	30%	3	20%	3.5
NUEVA YORK	4	15%	4	20%	4	15%	4	30%	4	20%	4.0
MARYLAND	3	15%	2	20%	3	15%	2	30%	2	20%	2.3

Elaboración: Propia.

Por lo tanto, podemos afirmar que estado más conveniente y óptimo para exportar nuestro producto según la tabla anterior es Nueva York.

Nueva York es uno de los más interesantes a nivel internacional sin contar que es considerada una de las ciudades más importantes del mundo y gracias a su ubicación geográfica el puerto de Nueva York/Nueva Jersey es el mayor complejo de la Costa Este Norteamericana. No olvidemos que este estado consiguió diversificar la economía de Estados Unidos tras haber salido de la recesión, además de ser uno de los estados con mayor población.

El estado de Nueva York está situado en el noreste de Estados Unidos. Las últimas estimaciones de 2018 registraron un total 19,54 millones de habitantes, un 0,87% más de la cifra alcanzada en el último censo, del año 2010. El ritmo de crecimiento poblacional es ligeramente superior que la media nacional, que se sitúa en un 0,6% en 2018. Los núcleos urbanos más importantes del estado son la ciudad de Nueva York, Buffalo, Rochester, Yonkers, Syracuse y Albany, su capital.

Nueva York limita por el sur con Nueva Jersey y Pensilvania, por el oeste con los lagos Erie y Ontario, por el este con Connecticut, Vermont, Massachusetts y el Océano Atlántico y por el norte con Canadá. El clima se define como continental húmedo y está marcada por la influencia estacional de tres grandes masas de aire, las frías y secas del norte e interior de Canadá, las masas calidad y húmedas del sur y finalmente las frías y nubosas proveniente del océano atlántico.

Figura 22: Indicadores demográficos de las principales ciudades del Estado de Nueva York.

Ciudades	Población	% Estado	Crecimiento (2010-18)
New York City	8.398.748	42,97%	+ 2,73%
Buffalo	256.304	1,37%	- 1,93%
Rochester	206.284	1,05%	- 2,08%
Yonkers	199.663	1,02%	+ 1,85%
Syracuse	142.749	0,73%	- 1,69%
Albany	92.279	0,47%	- 5,68%
TOTAL	19.542.209	100%	+ 0,87%

Fuente: (ICEX, 2019)

Con base en la tabla 30 podemos apreciar que la ciudad con mayor población del estado de Nueva York es la ciudad que lleva el mismo nombre que cuenta con 8.98.748 de habitantes y representa el 42,97% del total y cuyo crecimiento en el periodo 2010 al 2018 se incrementó en 2,73%.
El principal puerto de Nueva York es el de Nueva York y Nueva Jersey, ocupa el puesto número tres por detrás de los puertos de Los Ángeles y Long Beach. En 2018 tuvo un tráfico total de 7,1 millones de TEUs de los cuales 3,4 millones de TEUs dedicados a las exportaciones y 3,6 millones de TEUs a las importaciones.

Es importante enfatizar el papel de la Empire State Development, agencia de promoción de la inversión y el desarrollo del estado de Nueva York, especialmente por sus programas de desarrollo y fomento de la inversión. Asimismo, el máximo representante del poder ejecutivo es Andrew Cuomo.

El PIB del Estado de Nueva York en 2018 fue de 1,67 billones de dólares, un 8,17% del PIB de todo Estados Unidos. En estos términos, es el tercer estado del país, únicamente por detrás de California y Texas. De estas cifras se deduce que, si Nueva York fuese un país independiente, sería la 12ª o 13ª economía más importante del mundo, con un PIB equivalente al de Corea del Sur o Rusia.

En cuanto al PIB per cápita fue 73.531 dólares en 2018, lo que hace que Nueva York sea el segundo estado de EE.UU. que presenta un valor más alto en esta magnitud, sólo por detrás del Distrito de Columbia y Massachusetts. Desde el punto de vista del comercio exterior, las exportaciones del estado alcanzaron en 2018 un valor de 81.487 millones de dólares, un 4,9% del total de EE.UU. De la misma forma, el valor de las importaciones ascendió a 137.133 millones de dólares, un 5,4% de las de todo el país. (ICEX, 2019)

Figura 23: Salario medio anual y por hora en Nueva York.

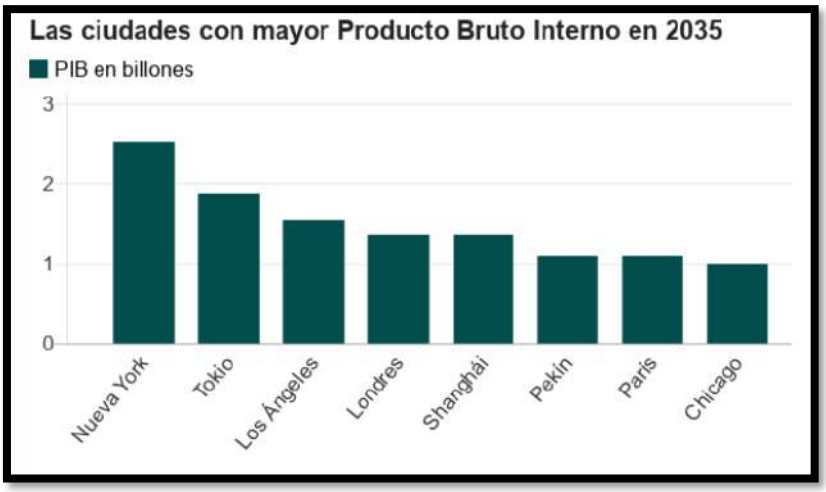
Empleo	Nº empleados	Media por hora	Media Anual
Todos los empleos	9.385.620	$ 29,75	$ 61.870
Director Ejecutivo	10.430	$105,79	$105,79
Director de Marketing	17.590	$90,32	$187,860
Director de Ventas	23.120	$95,38	$198.390
Director financiero	42.460	$101,21	$210.510
Director de Recursos Humanos	10.230	$72,25	$150.280
Director de compras	4.020	$70,90	$147.470
Abogados	76.840	$80,34	$80,34
Economistas	750	$61,31	$127.520
Bioquímicos y biofísicos	870	$33,17	$68.990
Arquitectos	11.620	$52,66	$109.520
Ingenieros Químicos	860	$48,26	$100.380
Ingenieros Civiles	16.790	$49,16	$102.250
Ingenieros Industriales	12.030	$45,53	$94.700
Agente inmobiliario	4.870	$55,99	$116.460
Diseñador de interior	4.780	$32,11	$66.790
Programador	15.380	$43,87	$91.250
Administrador de redes y TICs	25.940	$45,64	$94.940
Contables y auditores	110.780	$46,30	$96.300

Fuente: (ICEX, 2019)

El salario medio del estado de Nueva York es de 61.870 dólares. Así también muestra el salario medio anual y por hora de diversos empleos de la región.
Referente al comercio internacional, Nueva York es el exportador que ocupa el puesto número 3 más importante de todos los estados de Estados Unidos, se encuentra por detrás de California y Texas. Y el valor total de las exportaciones de este Estados ascendió en el año 2018 a 84.683 millones. Los exportadores están conformados por PYMES. La inversión extranjera Nueva York es atractivo

para la inversión extranjera por una serie de factores tales como la ubicación geográfica estratégica, la fuerza laboral altamente capacitada, el clima entorno a los negocios favorable, entre otros.

Figura 24: Las ciudades con mayor Producto Bruto Interno en 2035.



Fuente: (BBC News, 2018)

Según el informe de Oxford Economics recopilado por la BBC en el año 2018 indicaba que Nueva York seguiría siendo la economía urbana más grande del mundo en 2035 con US$2.510 billones de PIB y un crecimiento anual promedio entre 2019-2035 del 2%. También mantendrá su título como el mayor sector de servicios financieros y empresariales.

Entre los principales supermercados en Nueva York se encuentra Trader Joe's que es una famosa cadena y ofrece muchos productos de alimentación saludable, con opciones para personas con dietas especiales y específicas, también Whole Foods que es uno de los supermercados más conocidos en Nueva York, si bien los precios que brinda este supermercado es superior al promedio es considerado como práctico pues encuentras todo lo que requieres para tu hogar y está centrado en la venta de productos ecológicos y sostenibles. The Kroger Co. es una cadena de supermercados grande en Estados Unidos entre otras tiendas y supermercados donde se comercializará nuestro producto gracias al bróker con el que se trabajará.

Figura 25: Productos de los supermercados de Nueva York – Estados Unidos.

Elaboración: Propia

En la figura 25 se muestran los diferentes productos a base de jengibre que podemos encontrar en los supermercados descritos anteriormente, tales como jengibre en polvo convencional y orgánico, jugos, galletas, cereales, dulces, bebidas alcohólicas, entre otros.

Por otro lado, según la información recopilada de (United States International Trade Commission, 2020) son dos los estados con mayor participación en las importaciones de jengibre en polvo, se estableció un ranking posicionando a nuestro estado de destino en el puesto 2.

Tabla 33: Importación de la partida 091212 jengibre, triturado o pulverizado por estados – Estados Unidos.

RK	ESTADO	2015		2016		2017		2018		2019	
		Toneladas	Millones US$	Toneladas	Millones US$	Toneladas	Millones US$	Toneladas	Millones US$	Toneladas	Millones US$
1	California	1,200	4	1,000	3	1,494	4	1,572	4	1,700	4
2	**Nueva York**	**598**	**2**	**822**	**3**	**1,075**	**3**	**1,146**	**4**	**1,154**	**4**
3	Maryland	202	1	175	1	232	1	282	1	259	1
4	Washington	232	1	150	1	194	1	163	1	157	1
5	Illinois	112	1	133	1	239	1	137	0	130	1
6	Florida	22	0	31	0	186	0	207	0	123	0
7	Pennsylvania	0	0	0	0	37	0	168	1	46	0
8	Texas	23	0	24	0	4	0	21	0	125	0
9	Missouri	3	0	0	0	29	0	72	0	90	0
10	Virginia	19	0	29	0	4	0	37	0	24	0
11	Otros	75	0	26	0	106	0	78	0	59	0
TOTAL		**2,488**	**9**	**2,390**	**8**	**3,600**	**10**	**3,884**	**12**	**3,868**	**13**

Elaboración: Propia. Fuente: USITC.

El consumidor de jengibre en polvo del estado de Nueva York se caracteriza por consumir varias veces en pequeñas cantidades en su dieta, valorando mucho lo orgánico, la presentación, aroma, sabor y sobre todo calidad del producto por encima del precio. A diferencia de los Estados como California, Maryland, Washington que están orientados en su mayoría al consumo de productos locales, o la importación para luego realizar ciertos procesos y revenderlos con marca propia propiciando la pérdida de aroma o calidad de producto a diferencia de aquellos que son cultivados, cosechados y envasados en el mismo lugar de producción, es decir, del campo a la mesa que es el caso de nuestra empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC.

Por lo tanto, al ser nuestro mercado Nueva York, el bróker con el que trabajemos deberá tener conocimiento y experiencia en dicho mercado y manejar productos de calidad similar. Además, los clientes con los que cuente deben ser mayoristas, minoristas que comercialicen productos orgánicos, naturales de alta calidad.

A continuación, el Buyer Persona de nuestro cliente ideal.

Tabla 34: Buyer Persona de Peruvian Organic Ginger SAC

Matthew Smith **Economista y Administrador de empresas, 35 años**				
DATOS DEMOGRÁFICOS Vive en: Nueva York Sector profesional: Economista y Administrador de Empresas Ocupación: Administrador de Empresas Nivel educativo: Universitario				
HÁBITOS	**INTERESES**	**RETOS**	**FRUSTRACIONES**	**OBJETIVOS**

* Hace deporte todos los días. * Lee revistas y periódicos. * Se alimenta de manera saludable. * Le encanta probar sabores nuevos.	Le encanta leer el segmento de economía y negocios de revistas y periódicos. * Pasa más de 2 horas al día en redes sociales y digitales. * Se actualiza constantemente. *Está en constante búsqueda de productos nuevos.	*Concretar proyectos a corto y largo plazo de negocios orientados hacia la tendencia de vida saludable.	*Poca diversidad de productos orgánicos y saludables en su cartera de proveedores. * Tiempos de entrega de proveedores muy prolongado por distancia geográfica.	*Generar nuevos proyectos en el trabajo. *Incrementar cartera de proveedores de productos orgánicos y de alta calidad. *Incrementar y diversificar su cartera de clientes. *Continuar con el crecimiento de las ventas.

Elaboración: Propia.

3.2.2. TENDENCIAS DE CONSUMO

De acuerdo (EUROMONITOR INTERNATIONAL, 2019) el consumidor en la actualidad es más consciente respecto a lo que consume y lo que compra. Es por eso que se ha vuelto más autosuficiente enfocado en el cuidado de sí mismo, es decir, consumir productos que cuiden su salud, prevengan la infelicidad e incomodidad.

En tal sentido el estilo de vida orientado a la inmediatez hace que sientan una alta gratificación hacia todo aquello que satisface su necesidad al instante y le permite continuar con su vida profesional y social, pero por un tema de estatus buscan productos diferenciados que además les brinden experiencia y que su compra genere un impacto positivo en el mundo, a su vez valoran mucho más la calidad por encima del precio. Como consecuencia este tipo de consumidores extiende la tendencia sobre otros, es por ello que en ocasiones las compras de los consumidores promedios se tornan compulsivas pues están a la sombra de entorno digital y ansían compartir contenido. No nos olvidemos que a nivel global el número de hogares unipersonales crecerá más que cualquier otro y se requerirán productos más prácticos y selectos.

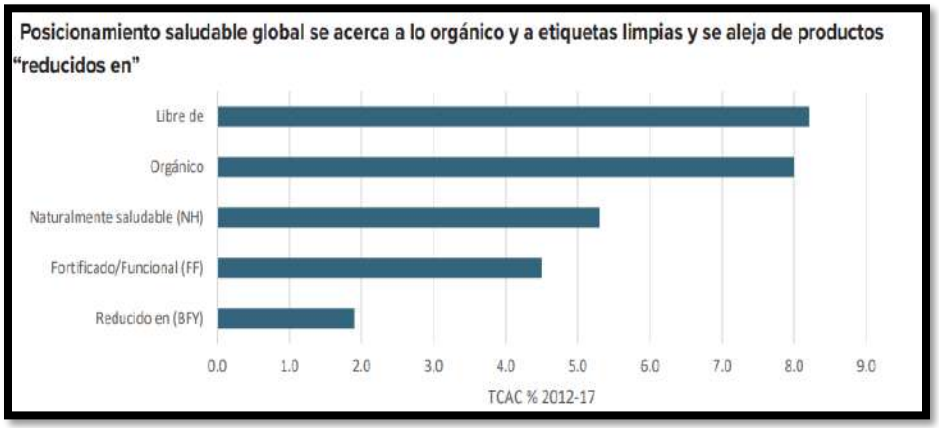
Tabla 35: Tamaño de mercado de productos orgánicos.

COUNTRY	***CATEGORY***	***UNIT***	***2014***	***2015***	***2016***	***2017***	***2018***	***2019***	***2020***	***2021***	***2022***	***2023***
USA	Organic	USD million	14,295.00	15,274.30	16,387.20	17,577.00	18,698.90	19,869.60	21,423.60	23,020.00	24,636.50	26,222.50

Elaboración: Propia. Fuente: Euromonitor.

Según el portal de Euromonitor, podemos observar que el consumo de productos orgánicos en millones de dólares desde el año 2014 hasta el año 2019 tiene una tendencia creciente, la misma que se mantiene en el proyectado de los siguientes 4 años, lo que significaría que productos de esta categoría tienen una gran acogida por parte de los consumidores conscientes, preocupados u orientados hacia un estilo de vida saludable.

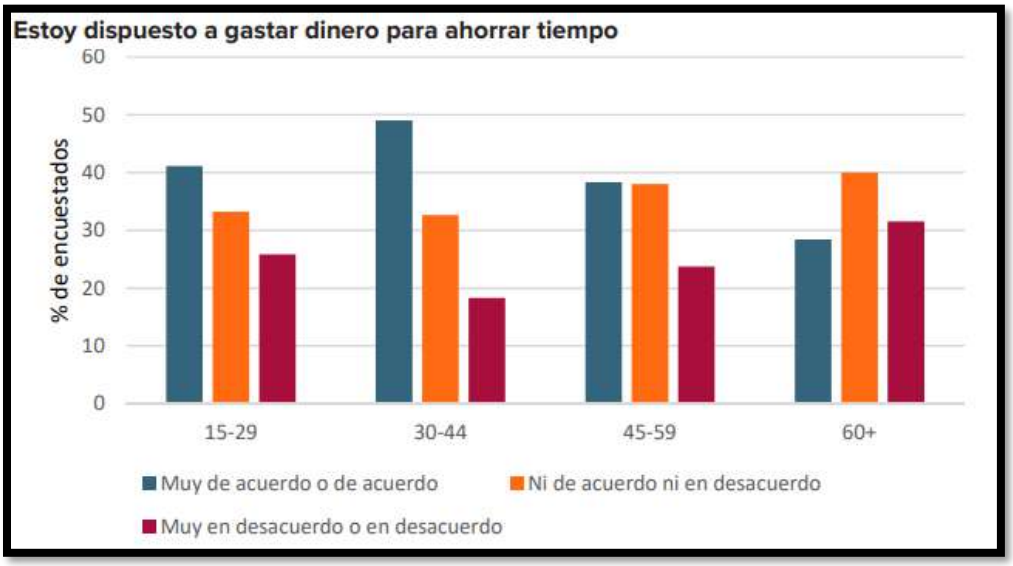
Figura 26: Posicionamiento de productos por categorías.



Fuente: EUROMONITOR.

Según la figura 27 los consumidores cada vez prefieren productos libres de sustancias nocivas a corto y largo plazo para la salud, orgánicos, saludables y se alejan mucho más de los productos que indican “reducidos en” lo cual significa que los consumidores buscarán productos con estas características al momento de comprarlo.

Figura 27: Gastar dinero para ahorrar tiempo



. Fuente: EUROMONITOR

La tendencia a un estilo de vida impulsado por la eficiencia es liderada por personas entre los 30 y 44 años y casi la mitad de este segmento indica que están dispuestos a gastar más dinero en productos o servicios que les ahorren tiempo.

(EUROMONITOR INTERNATIONAL, 2020) indica que la creciente demanda de productos más naturales es una de las mayores tendencias en el mercado mundial de la salud y el bienestar. Muchos ingredientes culinarios, como hierbas y especias, que durante mucho tiempo han sido una parte esencial del repertorio de agentes terapéuticos del sistema médico tradicional del mundo, no solo están disfrutando de un renacimiento en sus geografías nativas, sino también de una expansión global en popularidad

acelerada por la rápida internacionalización. de varias cocinas.

Consecuentemente (Fresh Plaza, 2020) indica que, en Estados Unidos, la demanda de productos orgánicos por parte de los consumidores se está expandiendo a más categorías. Encabezadas por consumidores jóvenes que están en búsqueda de opciones sostenibles.

Por otro lado, la tendencia de productos que ofrecen una historia interesante y sofisticada son los que llaman mucho más la atención del consumidor.

Alineados a la tendencia es que PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC pretende exportar un producto peruano con alto valor nutricional y medicinal que contribuya con el cuidado personal y pueda ser empleado de manera rápida, práctica y versátil en comidas, bebidas y demás gracias a un envase “easy to use” que cumpla con los altos estándares de calidad que el mercado demanda.

Tabla 36: Valor de las exportaciones de Perú a Estados Unidos (miles US$)

Importador	***2019***	***2020 (ene-jul)***
Estados Unidos de América	59	98

Elaboración: Propia

Con base en el cuadro anterior se ha incrementado la exportación de jengibre, triturado o pulverizado peruano a Estados Unidos superando al valor importado total en 2019 de 59 mil US$ a 98 mil US$ solo en el primer semestre del 2020.

3.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

3.3.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA

El (MINCETUR, 2020) destaca que las principales zonas de producción de jengibre en Perú se encuentran en Pichanaki, Satipo, San Martín de Pangoa y Mazamari (región Junín). Aunque existe disponibilidad del producto a través de todo el año en Perú, el principal periodo de producción es de junio/julio a diciembre, mientras los meses de marzo, abril y mayo son los de más escasez.

Por lo que Junín es la principal zona productora de jengibre en el Perú con rendimientos superiores a 74 Toneladas.
Asimismo (ADEX, 2020) en un informe de noviembre del 2019 señaló el 95% del jengibre peruano se cultiva de manera ecológica, en parte gracias a las condiciones favorables de la jungla. En Perú, el jengibre se comercializa como producto premium y la cuota de mercado está creciendo. El exportador añade: "Nuestra cosecha ya es un 50% mayor que el año pasado por estas fechas. Para finales de la temporada, esperamos que nuestra cosecha total se haya incrementado un 120% en comparación con el año pasado".

Lo que significa para PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC que al tener disponible el jengibre todo el año pese a la escasez nos garantiza el abastecimiento de nuestro producto.

Tabla 37: Principales países productores de jengibre.

RK	PAÍS	Producción (t)	Área (ha)	Rend. (kg/ha)
1	India	893,242	172,028	51,924
2	China	533,407	47,929	111,290
3	Nigeria	363,019	71,847	51,362
4	Nepal	284,000	23,000	123,478
5	Indonesia	207,412	10,196	203,419
6	Tailandia	167,952	10,091	166,442
7	Bangladés	79,438	9,609	82,670
8	Camerún	65,538	6,648	98,582
9	Japón	47,012	1,726	272,317
10	Filipinas	27,926	3,930	71,067

21	**Perú**	**3,472**	**468**	**74,107**

Fuente: (MINAGRI, 2020)

En el 2018 los principales productores de jengibre fueron India, China, Nigeria y hasta la actualidad dichos países aún se encuentran ocupando los primeros lugares y Perú se encuentra en la posición 21. Sin embargo, la producción de estos países es convencional a diferencia de la producción del jengibre peruano que tiene un sabor más intenso y de mejor calidad.

Tabla 38: Oferta peruana de jengibre, triturado o pulverizado periodo 2013 – 2019 (miles US$).

RK	Importadores	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	PART. % 2019
1	Alemania	0	0	0	0	0	48	111	23%
2	México	0	0	2	0	2	31	88	18%
3	Argentina	0	0	3	58	71	55	84	17%
4	Estados Unidos de América	235	284	162	129	91	28	59	12%
5	Chile	35	78	17	106	57	12	50	10%
6	Brasil	0	0	0	25	16	2	35	7%
7	Letonia	0	37	17	53	0	29	34	7%
8	Honduras	0	0	0	0	0	0	10	2%
9	Ecuador	0	0	0	0	0	3	9	2%
10	Colombia	0	2	11	5	18	8	6	1%
11	Singapur	0	0	0	1	0	2	3	1%
12	Resto	2	129	146	537	300	1	0	0%
13	Mundo	272	530	358	914	555	219	489	100%

Fuente: SUNAT

Las exportaciones peruanas de jengibre, triturado o pulverizado de 2019 totalizaron un valor de 489 mil US$ en 2019, encontrándose Estados Unidos en el puesto 4 de los países con mayor participación en la oferta exportable de Perú, no obstante Estados Unidos es el país que mantuvo su participación constante durante el periodo evaluado 2013 al 2019 a diferencia de los países que encabezan el ranking.

Tabla 39: Oferta peruana de jengibre, triturado o pulverizado periodo 2013 – 2019 (toneladas)

RK	Importadores	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	VAR.% 2019 - 2018
1	Argentina	0	0	1	27	41	35	46	31.4%
2	Estados Unidos de América	202	212	92	72	44	5	43	760%
3	México	-	-	0	-	0	16	40	150%
4	Alemania	-	-	-	-	-	13	31	138.5%
5	Letonia	-	23	9	32	-	26	30	15.4%
6	Chile	176	242	25	47	31	10	28	180%
7	Colombia	-	3	10	33	83	36	26	-27.8%
8	Brasil	-	-	-	13	10	1	22	2100%
9	Honduras	-	-	-	-	-	-	5	-
10	Ecuador	-	-	-	-	-	1	3	200%
11	Singapur	-	-	-	0	-	0	0	-
12	Resto	1	83	79	276	170	0	0	-
13	Mundo	379	563	216	500	379	143	274	92%

Fuente: SUNAT

Las exportaciones de jengibre, triturado o pulverizado en toneladas en 2019 totalizaron 274 mil, lo cual significó un crecimiento de 92% respecto a 2018. De los principales países importadores del jengibre peruano, Estados Unidos se encuentra en el puesto 2, mostrando un crecimiento en toneladas del año 2019 respecto al 2018 de 760%, por encima de Alemania y México.

Figura 28: Precios FOB referenciales en kg (US$/kg).

	2019												2018											
	DIC	NOV	OCT	SEP	AGO	JUL	JUN	MAY	ABR	MAR	FEB	ENE	DIC	NOV	OCT	SEP	AGO	JUL	JUN	MAY	ABR	MAR	FEB	ENE
KG	2.38	1.84	1.98	1.65	2.05	1.77	1.48	0.33	1.41	1.38	2.19	1.81	1.50	0.20	1.50	6.05	1.30	0.20	0.99	4.97	1.13	2.21	1.39	0.00

Fuente: SIICEX

Según la tabla anterior, los precios en 2019 oscilan entre $1 y $2, el kg para el jengibre, triturado o pulverizado convencional, sin embargo, para jengibre orgánico los precios oscilan entre $5 a $9.

Tabla 40: Empresas exportadoras de jengibre, triturado o pulverizado de Perú a Estados Unidos 2019.

SUBPARTIDA	RUC	NOMBRE/RAZÓN SOCIAL	AÑO	FOB (US$)	PESO NETO (KG)
910120000	20603373546	FAIHOP BUSINESS SAC	2019	51,428	39,331
910120000	20600431260	AGROQUISKAY S.A.C.	2019	74	12
910120000	20565523164	QVS INTERNATIONAL S.A.C.	2019	1,955	907
910120000	20543733769	AGROINDUSTRIA JAS EIRL	2019	4,800	2,177
910120000	20523273265	MIRANDA LANGA SAC	2019	885	253
910120000	20450130908	INDUSTRIAS SISA S.A.C.	2019	149	105

Fuente: SUNAT. Elaboración: Propia.

En la figura 34 se puede apreciar a las principales empresas exportadoras de la partida 091012 jengibre, triturado o pulverizado en 2019, Faihop, Agroquiskay, QVS international, Agroindustria JAS. Las exportaciones en este periodo totalizaron un valor de 59 mil US$.

Tabla 41: Empresas exportadoras de jengibre, triturado o pulverizado de Perú a Estados Unidos (enero 2020 – julio 2020)

SUBPARTIDA	RUC	NOMBRE/RAZÓN SOCIAL	AÑO	FOB (US$)	PESO NETO (KG)
910120000	20603373546	FAIHOP BUSINESS SAC	2020	39,189	26,581
910120000	20523273265	MIRANDA LANGA SAC	2020	211	17
910120000	20513328495	AGRONEGOCIOS LA GRAMA S.A.C.	2020	45,990	10,000
910120000	20493063694	NOE IMPORT EIRL	2020	869	63
910120000	20471988368	FRUCTUS TERRUM S.A.	2020	11,963	1,977
910120000	20419184111	ECOANDINO S.A.C.	2020	0	0.018

Fuente: SUNAT. Elaboración: Propia.

Hasta julio del 2020, seis empresas han realizado exportaciones de jengibre, triturado o pulverizado a Estados Unidos, entre ellas figuran Agronegocios la Grama, Faihop, Fructus, Miranda Langa, Noe Import,

Ecoandino cuyo valor total exportado asciende a 98 mil US$ más que el total exportado en el mismo semestre en 2019.

3.3.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para el análisis de la demanda tomares

Tabla 42: Principales países importadores del mundo de la partida 091012 (millones US$)

RK	Importadores	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	PART. % 2019
1	Malasia	5	6	7	7	12	14	17	15%
2	Japón	13	11	13	13	14	13	15	13%
3	Alemania	14	12	11	17	15	15	14	12%
4	Estados Unidos de América	5	6	9	9	11	13	13	12%
5	Reino Unido	5	7	7	8	8	9	10	9%
6	Países Bajos	3	3	4	4	3	3	3	3%
7	Polonia	1	1	1	1	2	2	3	3%
8	Francia	2	2	2	2	2	3	3	2%
9	Canadá	2	2	2	2	2	2	2	2%
10	España	1	1	1	1	1	1	2	2%
11	Resto	17	22	23	23	26	28	29	26%
12	Mundo	67	73	82	87	96	103	112	100%

Elaboración: Propia. Fuente: Trade Map

Entre los principales países importadores de la partida 091012 del mundo figuran Malasia (15%), Japón (13%), Alemania (12%), Estados Unidos (12%) y Reino Unido (9%). Estos países totalizan el 61% del total importado por el mundo. Estados Unidos por su parte tiene un comportamiento constante y con tendencia creciente de

Tabla 43: Principales países exportadores de la partida 091012 a Estados Unidos.

RK	2015	2016	2017	2018	2019	PART. % 2019	VAR. % 2019-2018

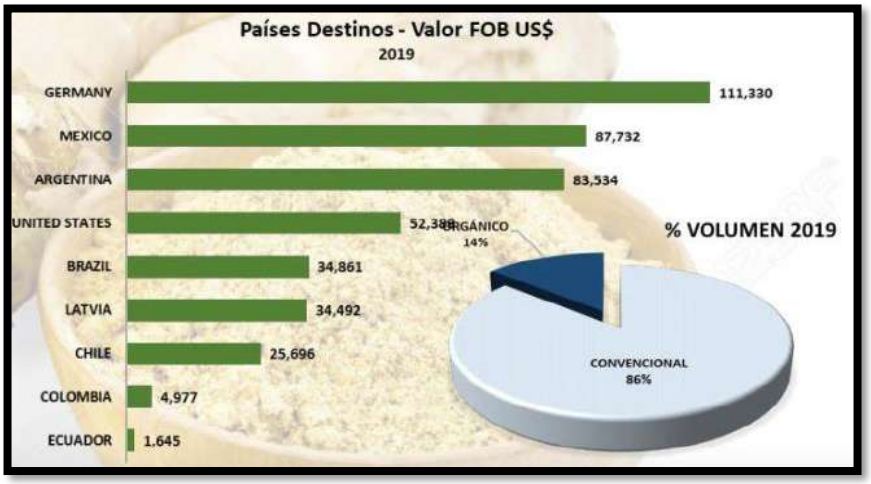
1	China	3248	3136	4186	4701	35%	12%
2	India	2686	3164	4164	4673	35%	12%
3	Israel	85	0	1288	1018	8%	-21%
4	Australia	8	0	1108	763	6%	-31%
5	Viet Nam	104	218	670	440	3%	-34%
6	Alemania	380	281	211	287	2%	36%
7	Nigeria	1109	780	241	278	2%	15%
8	México	0	0	45	271	2%	502%
9	Indonesia	66	142	49	265	2%	441%
10	Perú	245	371	288	207	2%	-28%
11	Resto	1242	437	458	576	4%	26%
12	Mundo	9177	8529	12708	13477	100%	6%

Elaboración: Propia. Fuente: Trade Map

China e India son los principales proveedores de este producto a los Estados Unidos. El Perú ocupa el puesto 10 como proveedor de Estados Unidos y tuvo una participación del 2% en 2019 y según la Oficina Comercial del Perú en el exterior, Estados Unidos paga más por el jengibre peruano pues reconoce la calidad y sabor frente a lo importado desde China, India, entre otro país del mundo, y pasamos de competir por precio a competir por calidad.

Los beneficios que ofrece el jengibre en polvo para la salud, mucho más el orgánico alimentan la demanda entre los consumidores conscientes de la salud.

Figura 29: Principales países de destino del jengibre, triturado o pulverizado peruano.



Fuente: MINCETUR

Notar que del total exportado por Perú el 14% corresponden a jengibre en polvo orgánico y el 86% al jengibre en polvo convencional, no obstante, el que tiene mayor precio en el mercado internacional es el orgánico.

El MINCETUR enfatiza que el mercado orgánico resulta importante por los precios pagados sobre todo para el jengibre, siendo Estados Unidos el principal destino.

Y según (Fresh Plaza, 2020) las ventas de productos orgánicos en los Estados Unidos alcanzaron los $ 52.5 mil millones en 2018, un 6,3% más que el año anterior, según la Encuesta de la industria orgánica de 2019 de la OTA las ventas de alimentos orgánicos aumentaron un 5.9% a $ 47.9 mil millones, superando el crecimiento total de las ventas de alimentos en 2,3%.

Tabla 44: Importaciones de Estados Unidos (Toneladas)

Importadores	2015	2016	2017	2018	2019
Estados Unidos de América	2,488	2,390	3,601	3,884	3,868

Elaboración: Propia. Fuente: Trade Map

Tabla 45: Demanda Estados Unidos (2015 – 2019)

AÑO	2015	2016	2017	2018	2019
PERIODO "X"	0	1	2	3	4
DEMANDA Y	2,488	2,390	3,601	3,884	3,868
OFERTA Y	556	607	848	935	954

Elaboración: Propia

$$Y= a+bx$$

Donde:
a: intersecto
b: pendiente
x: periodo

Tabla 46: Ecuación de regresión para la oferta y demanda.

Detalle	Demanda	Oferta
Intersecto "a"	2,395.40	555.20
Pendiente "b"	425.40	112.40

Elaboración: Propia.

Demanda: Y=2,395.40+425.40X
Oferta: Y=555.20+112.4X

Tabla 47: Coeficiente de determinación R2.

Detalle	Valor
Demanda	81%
Oferta	91%

Elaboración: Propia.

Los cambios en la demanda dependen en un 81% de los cambios en el periodo y los cambios en la cantidad ofertada dependen en un 91% de los cambios en X. Lo que significa que nuestro pronóstico es mucho más preciso pues es superior al 80%.

Tabla 48: Proyección para 4 años y determinación de la demanda insatisfecha.

AÑO	2020	2021	2022	2023
PERIODO "x"	5	6	7	8
DEMANDA	4,522	4,948	5,373	5,799
OFERTA	1,117	1,230	1,342	1,454
Demanda insatisfecha	3,405	3,718	4,031	4,344

Elaboración: Propia.

La tasa de crecimiento promedio del periodo 2020 al 2023 es de 8%. Peruvian Organic Ginger SAC pretende satisfacer el 0.21% equivalente a 7.2 toneladas de la demanda insatisfecha. No obstante, según la proyección que obedece a un crecimiento progresivo lo cual nos permitiría incrementar nuestra oferta a fin de abarcar mucho más la demanda insatisfecha.

3.3.3. ESTRATEGIAS DE VENTAS Y DISTRIBUCIÓN

3.3.4. ESTRATEGIAS DE SEGMENTACIÓN

Para la segmentación de nuestro mercado se aplicaron las siguientes variables demográficas, geográficas, psicográficas enmarcadas en el estilo de vida y beneficios que busca en un producto.
Estuvo orientado a los consumidores finales pues lo que se busca con esta segmentación es reconocer quiénes van a adquirir el producto, no basta con conocer los lugares en los que se van a comercializar sino entender qué es lo que el consumidor busca y qué toma en cuenta al momento de seleccionarlo para su compra y consumo.

Tabla 49: Estrategia de Segmentación de Peruvian Organic Ginger SAC.

CRITERIOS	SEGMENTOS DE MERCADO
País	Estados Unidos
Estado	Nueva York
Número de habitantes	19,54 millones
Área	Urbana
Clima	Frío y cálido
PBI	1.67 billones de dólares
PBI per cápita	73.531 dólares
Edad	25 – 60 años
Sexo	Hombres y mujeres
Educación	Superior
Personalidad	Sociales, les gusta verse y sentirse bien,
Estilo de vida	Consumo de productos saludables, orgánico, naturales, rápidos y fáciles de emplear y consumir, versátiles.
Beneficios esperados	Calidad, buen sabor.

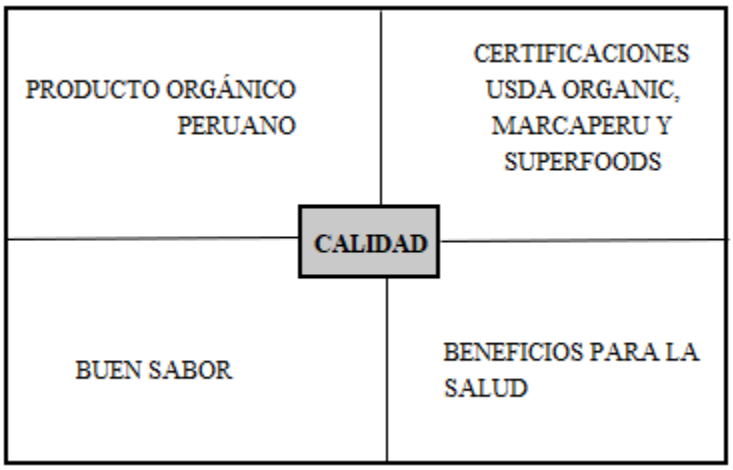
Elaboración: Propia.

3.3.5. ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO

El mercado estadounidense cada vez está más preocupado por el estilo de vida que lleva es por eso que pretendemos incentivar y/o promover el estilo de vida saludable mediante la comercialización de nuestro producto jengibre en polvo orgánico en doypacks. Buscando el reconocimiento, respeto y fidelización hacia nuestro producto.

Por tal motivo es que PERUVIAN ORGANIC GINGER se posicionará en el mercado por la calidad del producto ofrecido:

Figura 30: Factores diferenciadores. Elaboración: Propia.



Notar que se está tomando en cuenta cuatro aspectos fundamentales entorno a la calidad que buscamos ofrecer, empezando por producto orgánico que no atenta contra el medio ambiente y por ende tampoco con la salud de aquel que lo consuma, así también contamos con certificaciones que avalan la calidad del jengibre en polvo orgánico en doypacks, brinda beneficios para la salud gracias a sus diversas propiedades y además es de gran sabor.

Todo ello se enfatizará y potenciará con la publicidad, apoyo multisectorial y participación en diversas ferias y misiones que se realizarán con el propósito de dar a conocer nuestro producto en el ámbito internacional.

3.3.6. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

La estrategia de distribución de PERUVIAN ORGANIC GINGER será usar el servicio de un “Broker”, esto con el fin de facilitar el ingreso de nuestro jengibre en polvo orgánico en doypacks a Nueva York, Estados Unidos, pues conoce el mercado, cuentan con experiencia en el rubro y tienen los canales correctos y propicios para el producto que deseamos comercializar. Y pese a la tendencia creciente de consumo una de las barreras que debemos tomar en cuenta es el idioma inglés.

Por su parte el (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2019) señala que la ventaja de contratar un bróker es que estos cuentan con canales de distribución abiertos pues representan también a otras compañías y es apropiado para el caso de las empresas que requieran comercializar un producto en particular.

También es preciso mencionar que nuestro objetivo de soportarnos con el bróker es penetrar en el mercado de destino, posicionarnos y diferenciarnos para que posteriormente seamos nosotros quienes enviemos el producto a los supermercados y tiendas especializadas de manera directa.

En ese sentido los factores que debemos tomar en cuenta al momento de trabajar con el bróker son:

- El bróker al ser especialista en productos como el nuestro (alta calidad, orgánico, saludable, versátil, responsable socialmente) la distribución será de manera exclusiva pues identificará supermercados, distribuidores y tiendas especializadas en los aspectos mencionados anteriormente a los que se les venderá el producto.
- En las negociaciones se detallará la cantidad que deberá enviarse al mercado alineados a la penetración y posicionamiento en el mercado que se busca y el porcentaje que recibirá el bróker por las ventas realizadas.

Tendremos contrato con el bróker FORGIONE ASSOCITATES INC, entre otras opciones tenemos a KH INTERNATIONAL y ESSENTIAL LIVING FOODS quienes

tienen experiencia en el rubro de alimentos, una buena reputación y mercado ganado en nuestro mercado de destino. Lo cual nos asegura el cumplimiento de nuestras metas.

Figura 31: Canal de distribución y comercialización.

Elaboración: Propia.

En la figura 32 se aprecia de manera gráfica cual será el canal de distribución y comercialización del producto. Iniciará con el procesamiento del jengibre apoyados de nuestros proveedores, exportado por PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC, luego el bróker quien se encargará de comercializar el producto a mayoristas, minoristas y foodservice, es decir, supermercados, tiendas especializas en productos orgánicos, naturales, saludables, medicinales, fitness, gourmet, de gastronomía, catering, etc. Y finalmente llegará al consumidor.

3.4. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

La estrategia de promoción de PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC estará enfocado en la familiarización con los clientes finales quienes serán los que adquirirán el producto gracias a la intermediación del bróker. Asimismo, dependerá mucho de la relación y el valor que el consumidor perciba de nuestra marca y cómo esta le genera una afinidad con su necesidad.

Para ello emplearemos las 4P:

Producto:

Jengibre orgánico en polvo en doypacks de 100 gr. Es preciso enfatizar que el producto es de alta calidad, con amplios beneficios para la salud y a través de los códigos QR los consumidores podrán conocer la historia detrás del producto y los diferentes uso y aplicaciones.

Precio:

El precio que se aplicará a nuestro producto debe ir de la mano de la calidad del mismo, por lo que nuestro jengibre en polvo orgánico en doypacks es un producto Premium lo que
significa que el precio irá acorde a las características del producto y el cliente podrá percibirlo tras consumirlo.

Plaza:

Serán empresas del rubro orgánico, natural y saludable que se encuentran en la ciudad. Empresas que adquieran productos Premium para consumidores finales exigentes que buscan productos con alta calidad y que brinde beneficios físicos y para su salud.

Promoción:

En virtud de que buscamos introducir nuestro producto al mercado nos apoyaremos en diversas estrategias que colaborarán con lo expuesto líneas arriba.

- **Ferias/Misiones**

Expoalimentaria Perú 2021: Es una feria internacional de alimentos, bebidas, maquinaria y equipos, insumos, envases, embalajes, gastronomía restaurantes más grande que existe en la región.

Natural Products Expo (East y West): Muestra productos orgánicos derivados naturalmente. Atrae a miles de profesionales de la industria y expositores.

The Fancy Food Show: Es la feria comercial de alimentos y bebidas más grande de la Costa Oeste y se lleva a cabo normalmente en Nueva York. En esta feria se centran

especialidades, productos gourmet y orgánicos de alta calidad.

US Food Showcase: Este evento presenta una amplia variedad de productos que van desde frescos y congelados, tecnología y productos envasados. Además, la audiencia de compradores activos es alta al igual que las exposiciones efectuadas por profesionales lo que es muy beneficioso para las empresas que desean expandir su negocio.

Private Label Manufactures Association Show (PLMA): Es una feria de etiqueta privada donde asisten los compradores de los principales supermercados, comerciantes en serie, tiendas de conveniencia, minoristas en línea, importadores, exportadores, mayoristas, entre otras.

Figura 32: Feria Expoalimentaria Perú.

- **Pushing en redes sociales**
  Contaremos con una página web, Facebook, Instagram, Twitter con plataformas bastante amigables donde generaremos contenido relevante para que nuestros clientes interactúen de manera que nos permita conocerlos y aminorar la brecha geográfica que nos separa. A su vez arrojará feedback que retroalimentará la forma en la que se está trabajando como organización. También se realizarán activaciones donde nos apoyaremos de estas plataformas digitales para generar tendencia respecto a nuestro producto. Nos apoyaremos también en influencers que están orientados hacia estilos de vida fitness y saludable.

Figura 33: Red social de la empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC.

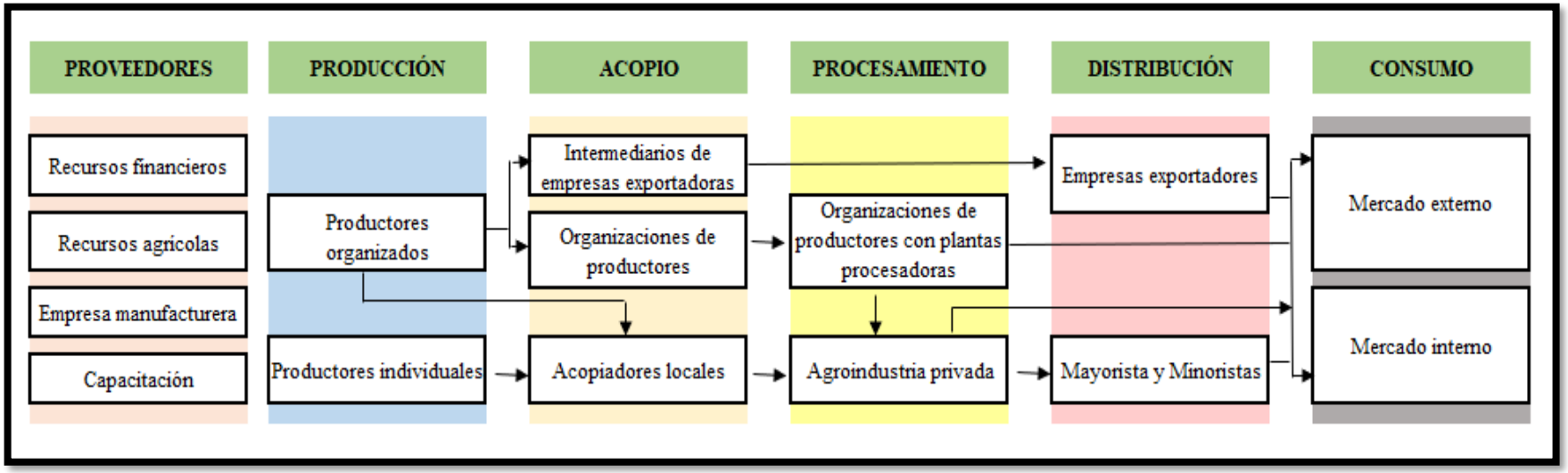
- **Soporte de entidades de organismos competentes:**
  Tal es el caso de la Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el Turismo (PROMPERU), Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX) quienes constantemente brindan información oportuna y fidedigna del mercado nacional e internacional, así como también realizan el seguimiento al exportador y lo acompañan durante el proceso de exportación.
  Es así que se han creado la marca país y marcas sectoriales con la finalidad que los productos y servicios peruanos adquieran reputación positiva y sólida a nivel internacional, dándole así un mayor valor y reconfirmando y fortaleciendo el compromiso con la calidad que nuestro país ofrece.
  PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC solicitará el uso de la marca país y la marca superfoods para repotenciar el valor del producto peruano y darlo a conocer en el mercado internacional.

Figura 34: Marca sectoriales.

3.5. TAMAÑO DE LA PLANTA FACTORES CONDICIONALES

En este punto debemos considerar que el tamaño de planta no se consideraría para el presente proyecto debido a que la producción, molienda, secado, limpieza, envasado, etiquetado serán tercerizados. No obstante, debemos conocer cuál es la cadena productiva del jengibre.

Figura 35: Estructura de cadena productiva de jengibre



Elaboración: Propia.

Con la figura anterior se pretende dar una noción general de la estructura productiva del jengibre y de todos los actores que participan en la cadena para la ejecución de diversas actividades que tiene por finalidad poner a disposición del demandante el jengibre en su presentación en polvo.

4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

Las actividades empresariales deben de tener como prioridad la implementación de un plan de logística que permita analizar la colaboración y procedimientos entre los diferentes actores del comercio internacional los cuales están involucrados en la cadena de suministros, para ello es importante conocer las operaciones y adecuar el producto de acuerdo a los estándares de calidad. Ello conlleva tener un buen envase, empaque, embalaje, rotulado, entre otros. Así como también todo el proceso de distribución física internacional, homologación de agentes de aduana, naviera, seguro, entre otros.

Actualmente la logística pasó de solo tener un producto en el lugar adecuado, en el tiempo justo, al menor costo posible, a ser todo un proceso clave para que las empresas se desarrollen. La logística es la organización de las actividades de aprovisionamiento de materias primas, productos semielaborados y componentes desde la fuente de suministro a los centros de producción y de estos ya transformadas por el proceso productivo a las plataformas o almacenes de distribución de forma que lleguen al mercado en perfectas condiciones y con un coste mínimo. Entonces con la logística se busca gerenciar estratégicamente la adquisición, el movimiento, el almacenamiento de productos y el control de inventarios, asimismo el flujo de información por la cual la organización y su canal de distribución se encaminen hacia la rentabilidad maximizada en términos de costos y efectividad (Escuela de Organización Industrial, 2012).

4.1. ENVASES, EMPAQUES Y EMBALAJES

4.1.1. ENVASE

Según el (MINCETUR, 2009) el envase es conocido como “vendedor silencioso”, es el recipiente de cualquier material, cualquiera sea la forma que adopte, está destinado a contener mercancías para su empleo a partir del mismo y destinado a individualizar, dosificar, conservar,

presentar, describir el producto y esta puede estar elaborada con uno o más materiales distintos. Las características son:

- Permitir la protección e identificación del producto.
- Adecuado a las necesidades del consumidor en términos de tamaño, ergonomía, calidad, etc.
- Que se ajuste a las unidades de carga y distribución del producto.
- Que se adapte a las líneas de fabricación y envasado del producto, tanto manual y automático.
- Que cumpla con las legislaciones vigentes.
- Que su precio sea el adecuado a la oferta comercial que se quiere hacer del producto.
- Que sea resistente a las manipulaciones, transporte y distribución comercial.

Bajo la descripción teórica anterior, PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC decidió que el envase sea el doypack dado que confiere estabilidad y además permite su personalización con zipper y fondo parabólico.

Figura 36: Envase tipo doypack

Fuente: Swiss Pac

En la figura 36 se aprecia la imagen referencial del doypack de Peruvian Organic Ginger SAC. Se optó por este envase por las características y ventajas, entre ellas destacan:

- Gran flexibilidad, altamente manejable y el fuelle inferior facilita introducir más cantidad de producto.

- Facilidad de transporte, gracias a su característica de flexibilidad.
- Alta conservación, propiedad de barrera del material y zipper facilitan su uso discontinuo y prolongado sin afectar las propiedades del contenido.
- Gran visibilidad en las estanterías, gracias a su posición vertical.
- Compromiso con el medio ambiente, por la reducción de peso en el transporte supone una disminución de la huella de carbono.

Tabla 50: Características técnicas del envase tipo doypack.

Cantidad (gramos)	100
Ancho (cm)	12
Longitud (cm)	20
Refuerzo inferior (cm)	8
Color	Blanco mate
Material	BOPP laminado con polietileno de 120 g/m2 con Zipper.

Elaboración: Propia.
Las dimensiones del doy pack se realizan en base a la cantidad neta del jengibre orgánico en polvo que se colocará.

Por otro lado, es necesario señalar que actualmente se requiere la aprobación de la FDA para materiales en contacto con el producto por lo que quiere decir que el envase es considerado como un aditivo y está regulado por el Título 21 U.S. Code of Federal Regulations (21 CFR), que incluye adhesivos, revestimientos, papel y cartón, polímeros y adyuvantes al proceso de producción, que valida las buenas prácticas de fabricación de materiales que estarán en contacto con los alimentos.

4.1.2. EMPAQUE Y EMBALAJE

El embalaje es el recipiente, generalmente grande, en el que se introducen los productos envasados, envueltos o unidos, o sueltos, para su embarque y distribución, es también conocido como envase terciario(MINCETUR, 2009). La función de embalaje es:

- Proteger la mercancía para su despacho o conservación en almacenamiento.
- Comunica.
- Protección en la distribución a largas distancias contra riesgos, de cargas, descargas, transporte, climáticos, bacteriológicos, mermas, etc.

PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC. utilizará cajas de cartón corrugado para la protección del envase y el empaque durante el tránsito internacional de cualquier movimiento o golpe, asegurando que el producto llegue a destino en las mejores condiciones y listo para su comercialización.

Figura 37: Cajas de cartón de exportación.

Fuente: Prodecar.

Adicionalmente, contará con casilleros o separadores dentro de la caja para prevenir abolladuras y facilitar el acondicionamiento en los supermercados en destino y minimizar el tiempo en el que nuestro producto se coloca en los estantes.

Figura 38: Cajas de cartón de exportación

Fuente: ICYP y Paletiza.

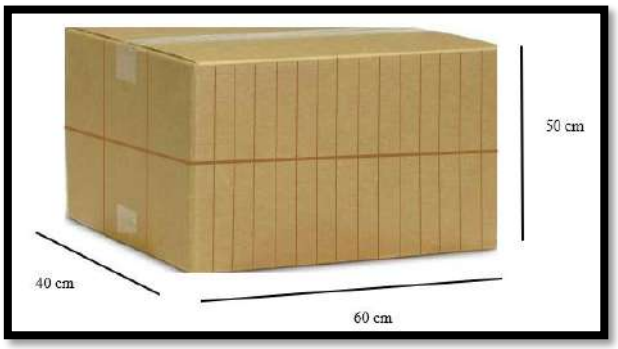
Tabla 51: Características técnicas de la caja de cartón corrugado.

Material y Diseño	Caja de cartón corrugado
Ancho (cm)	40
Largo (cm)	60
Alto (cm)	50

Elaboración: Propia.

Por caja entrarán 90 und divididas por los casilleros y base, de los cuales 45 und conformarán la primera base y las 45 und restantes la segunda base acondicionadas en la misma caja. Serán embaladas también con film cuando estas se encuentren unitarizadas en el pallet para prevenir que las cajas se muevan en el tránsito.

Figura 39: Caja de cartón con divisiones y bases.



Elaboración: Propia.

4.2. DISEÑO DEL ROTULADO Y MARCADO

4.2.1. DISEÑO DEL ROTULADO

La FDA (Food and Drug administration) es la agencia responsable de proteger la salud publica en Estados Unidos, se encarga de aplicar la norma establecida por la Federal Food, Drug and Cosmetic Act (Ley federal de alimentos, medicamentos y cosméticos) que establece requisitos para los alimentos preparados y envasados para la venta al público. La ley indica y exige que cada alimento tenga un doble etiquetado, la etiqueta general (general food labeling) y el etiquetado nutricional (nutritions facts), adicionalmente debe colocarse un código de barras con los datos del producto.

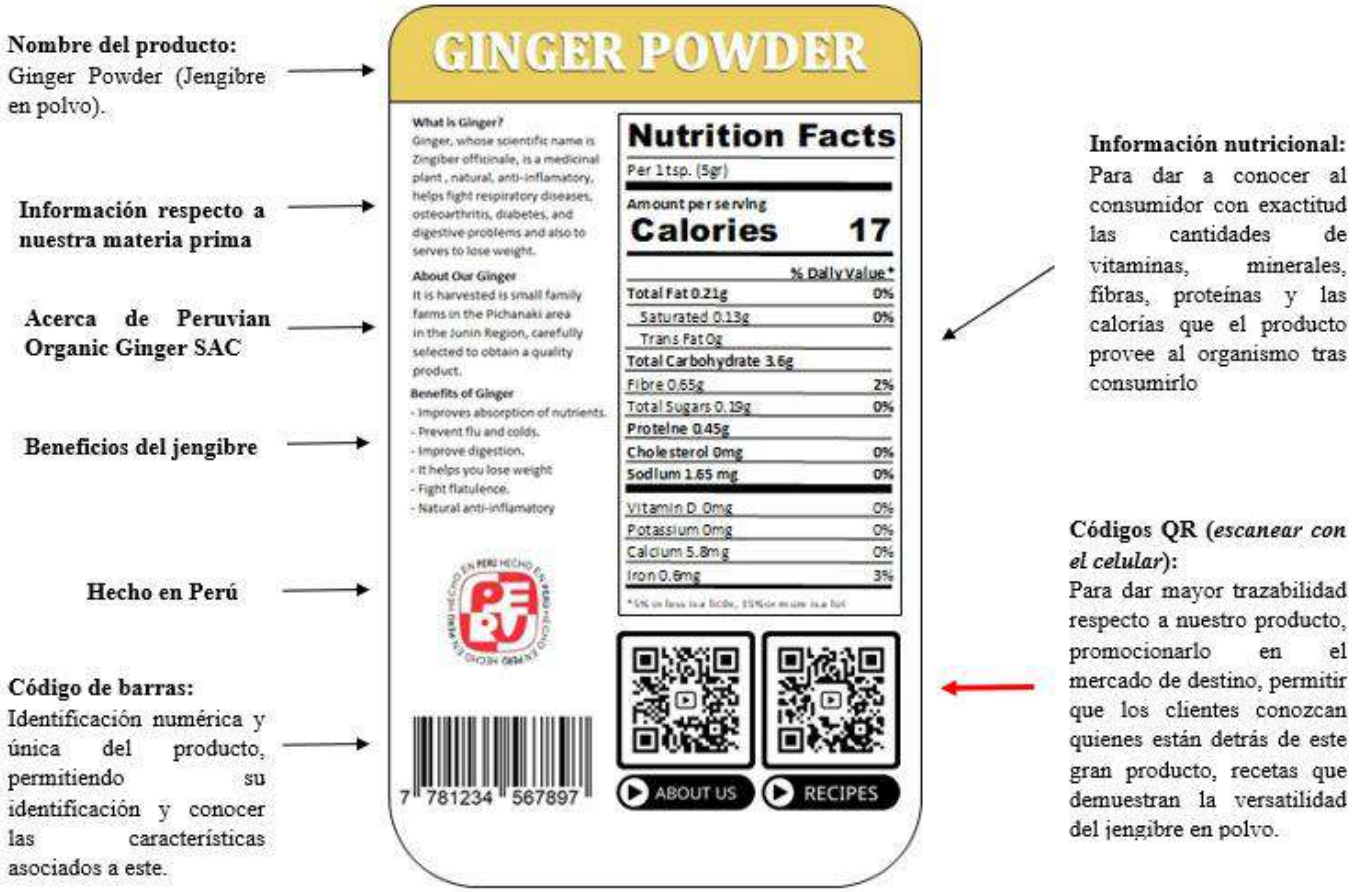
Basándonos en esta normativa la etiqueta de PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC incluirá todos los aspectos exigidos por la FDA. Además, se está incluyendo información respecto al nuestro jengibre peruano, beneficios y dos códigos QR que definen la forma de trabajo de nuestra empresa, recetas deliciosas que puedes hacer con el producto, así también como las marcas sectoriales que ayudan a potenciar el producto en el mercado internacional.

Figura 40: Etiqueta anversa de Peruvian Organic Ginger SAC.

Fuente: Elaboración propia.

En la etiqueta anversa se detalla nombre de la marca de nuestro producto, nombre del producto que se va a exportar y comercializar en el idioma inglés pues es el idioma oficial de los Estados Unidos, se consignan las marcas sectoriales como la marca país y Super Foods, certificación orgánica USDA organic, peso neto y cantidad de energía, azúcar, grasas, grasas saturadas, sodio por porción.

Figura 41: Etiqueta reversa de Peruvian Organic Ginger SAC.



Fuente: Elaboración propia (los videos obtenidos y adaptados para fines del trabajo de las plataformas digitales).

En la etiqueta reversa de nuestra empresa se visualiza la tabla nutricional con las especificaciones de la FDA, información respecto a nuestra materia prima, nuestra empresa y los beneficios que obtendrán al consumirlo. Asimismo, se adicionan

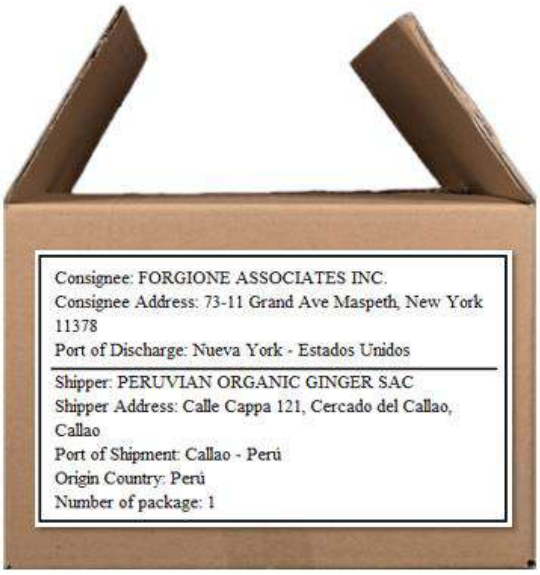
dos códigos QR que se puede escanear con el celular, uno de ellos está orientado a que conozcan el capital humano e imprescindible que se encuentra detrás del producto y el otro código orientado a dar a conocer la versatilidad de este para realizar diferentes recetas saludables propiciando un ambiente de unión familiar al poder compartir con todos los miembros.

4.2.2. DISEÑO DEL MARCADO

Para poder definir el diseño de marcado, el primer paso fue definir el embalaje y tal como se menciona líneas arriba es la caja de cartón corrugado con separadores o también llamadas divisiones para evitar abolladuras o dobleces y lleguen en perfectas condiciones al mercado de destino. Dividiremos las marcas en dos, las de expedición y las de manipuleo.

- Marcas de expedición: Estas hacen referencia a los datos que debe consignarse en el embalaje a fin de ser entregados al destinatario en destino. Es decir, nombre del comprador, vendedor, país de origen, país de destino, dimensiones, peso.

Figura 42: Marca de expedición.



Elaboración: Propia.

Las marcas de expedición irán a un lado de la caja con la información correspondiente, tanto del exportador como del importador, tal como figura en la figura 39.

- Marca de manipuleo: Estas marcas nos indican la forma de cómo se debe estibar y desestibar la carga, además estos símbolos han sido estandarizados y son pictogramas que se encuentran en los costados de cada bulto y deben ser visibles.

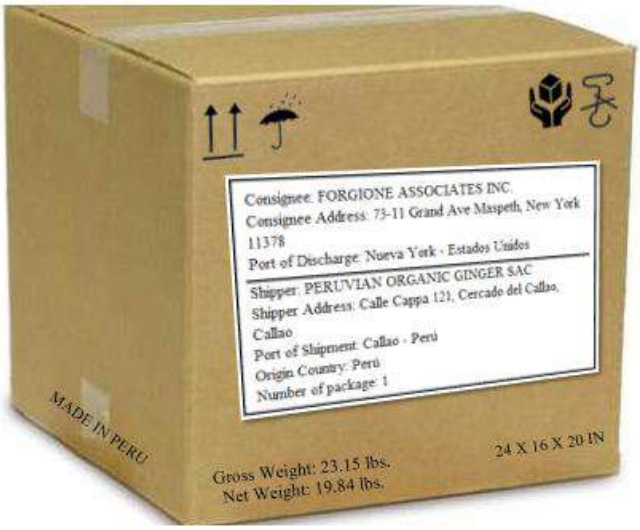
Figura 43: Marcas de manipule de la carga

	**Mantener hacia arriba:** Con la finalidad de que el contenido no se mueva y mantenga la posición ideal durante su manipuleo.
	**Protéjase de la humedad:** Para evitar que el embalaje se dañe y este afecte al envase, pudiendo causar mayores daños al producto final.
	**Cuidado con la manipulación:** Para mantener la forma inicial en la que el producto fue despachado de nuestro almacén y evitar inconvenientes en tránsito.
	**No usar garfios para la manipulación:** Con el objetivo de no romper el embalaje (film) y dañar la caja y a su vez perforar el envase donde se encuentra en producto, haciendo de este una merma.

Elaboración: Propia

PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC utilizará los pictogramas de la figura anterior pues se busca que las personas que manipulen la carga a lo largo de la cadena de suministro conozcan los lineamientos de protección, transporte, conservación, almacenaje y manipuleo. La manipulación de nuestro producto debe ser cuidadosa sin uso de garfios, mantener las cajas hacia arriba, protegerlo de la humedad, todo ello para garantizar el perfecto estado al llegar a destino.

Figura 44: Embalaje con marcas



Fuente: Elaboración propia.

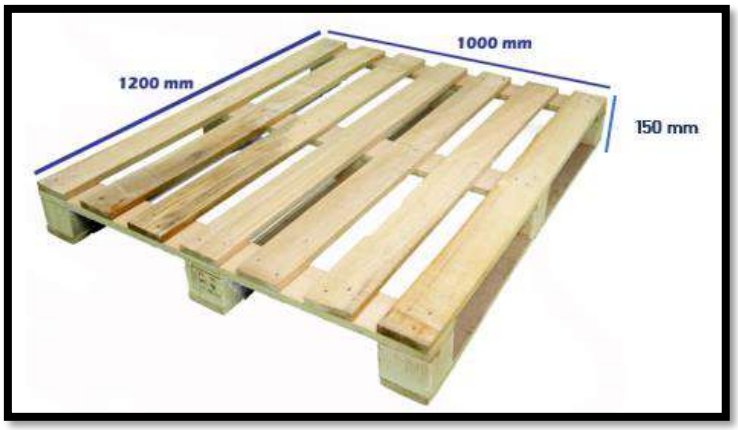
4.3. UNITARIZACIÓN Y CUBICAJE DE LA CARGA

La unitarización de la carga es una parte de la distribución que consiste en agrupar las mercancías en unidades superiores de carga y acondicionamiento con el propósito de facilitar su transporte conservando la integridad durante su movilización y una de las modalidades de unitarización es la paletización y la contenedorización.

LA PALETIZACIÓN

Este procedimiento consiste en colocar las cajas sobre la plataforma de un pallet con la finalidad de unitarizar la carga. Los pallets pueden ser de diferentes materiales.
PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC empleará el pallet americano de madera porque posibilita apilar 5 cajas por cama de las dimensiones definidas inicialmente para unitarizar mayor cantidad de doypacks por caja.

Figura 45: Pallet americano.



Elaboración: Propia.

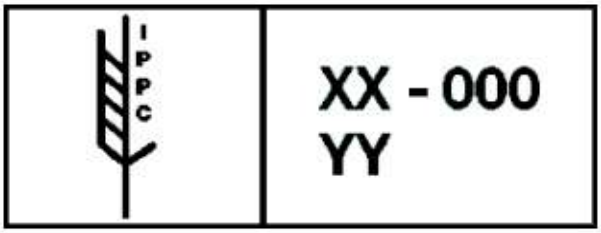
Tabla 52: Característica Pallet americano.

Certificado	NIMF-15
Peso (kg.)	25
Ancho (cm)	100
Largo (cm)	120
Alto (cm)	15

Elaboración: Propia.

Los palets deberán contar con un sello que certifiquen que recibieron el tratamiento contra plagas. Estos tratamientos pueden ser térmicos o fumigación con Bromuro de Metilo. En el caso de nuestro país este sello lo otorga SENASA en las instalaciones acreditadas para la realización del tratamiento basándose en el cumplimiento de las Normas Internacional para Medidas Fitosanitarias – NIMF (o International Standards for Phytosanitary Measures – ISPM), específicamente de la NIMF 15 “Directrices para reglamentar el embalaje de madera utilizado en el comercio internacional” (o ISPM 15 “Guidelines for Regulating Wood Packaging Material in International Trade”). En esta norma se describen las medidas fitosanitarias para reducir el riesgo de introducción de plagas cuarentenarias relacionadas a los embalajes de madera (PROMPERÚ, 2015)

Figura 46: Logotipo de tratamiento del pallet

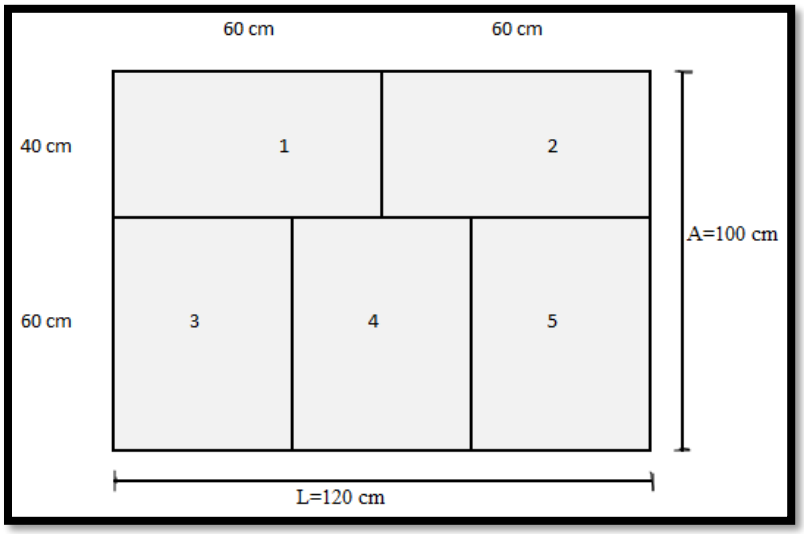


Fuente: Promperú

Donde:

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

Figura 47: Cajas por cama.



Elaboración: Propia.

Área por paleta 120 x 100
= ---------- = 5 cajas por cama.
Área de la caja 60 x 40

Mediante la fórmula anterior, tomando como base el área de la paleta y el área del pallet podemos determinar que la cantidad de cajas por pallet es efectivamente 5.

Figura 48: Carga unitarizada

Fuente: Google.

Altura del contenedor, medidas internas: 239.2 cm
Altura del pallet sin unitarizar: 15 cm
Altura de la caja: 50 cm

Cantidad de cajas por paleta = $\frac{239.2 - 15}{50}$ = 4.484 cajas, redondeando tenemos 4 cajas.

Entonces la cantidad de cajas por pallet son 20, esto se determinó al multiplicar la cantidad de cajas por cama por la cantidad de cajas por el alto del contenedor (5 cajas por cama x 4 cajas hacia arriba). Por consiguiente, la cantidad de doy packs por caja por pallet es de 1800 und con un peso neto total por pallet de 180 kg.

CONTENEDORIZACIÓN

La contenedorización permite el manejo de la carga como una unidad indivisible y más segura y protege a la carga de ciertos daños durante el tránsito o manipulación.

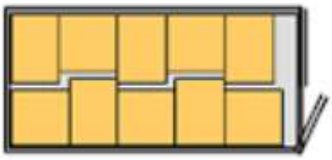
PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC optará por el contender Dry Van de 20 pies. Pues este contenedor es usado para carga general y secas.

Figura 49: Característica del contenedor de 20 pies Dry Van.

Tipo de Contenedor	Medidas interiores en mm			Apertura puertas en mm.		Capacidad	
	Largo	Ancho	Alto	Ancho	Alto	Cúbica M3	Carga Kgs.
Dry Standard 20' x 8' x8.6'	5.900	2.352	2.392	2.340	2.283	33.00	21,850

Fuente: Logística 360

Figura 50: Cubicaje de la carga

CONTENEDOR	N° DE PALLETS	GRÁFICO
20' Dry Van	10 PALLETS AMERICANOS 1.20 m X 1 m	

Elaboración: Propia.

De acuerdo a las dimensiones del contenedor de 20 pies se puede calcular que entraran en total 10 pallets americanos. Por lo tanto 10 pallets con 20 cajas cada uno, hace un total de 200 cajas con 1800 kg de jengibre orgánico en polvo.

4.4. CADENA DE DFI DE EXPORTACIÓN

La distribución física internacional es el grupo de operaciones indispensables para desplazar la carga desde un punto de origen hacia un destino y Para que esto sea posible, se necesita la intervención de una serie de actores de comercio. Por ejemplo: los exportadores, operadores logísticos, agentes de aduana, transporte, puertos de origen y destino e importadores. Una de las metas de la distribución física es hallar la solución más eficaz para

mejorar el transporte de cantidades correctas de productos. Para ello se utilizan los tiempos necesarios, costos reducidos evaluados, una estrategia compatible con el presupuesto, y políticas acordes a las necesidades de la empresa y de los clientes (CONEXIÓN ESAN , 2018). Estos son:

- Preparación: embalaje y marcado.
- Unitarización: Paletización y contenedorización.
- Manipuleo: En los almacenes de inventario.
- Almacenamiento. Se efectúa en depósitos privados o públicos.
- Transporte: Este elemento siempre abarca toda la logística.
- Seguro de carga. Son pólizas que cubren los riesgos.
- Documentación. Emisión de documentos de certificados, documentos de pago, comprobantes del proceso de distribución y documentos sanitarios.
- Gestión y operación aduanera y bancaria.
- Gestión de distribución: Acción operativa y administrativas de la organización.

Entonces la DFI se relaciona con todo el movimiento de la mercancía y esto conlleva aspectos legales, logísticos, de control, transporte, etc. Y si uno de estos factores falla esto podría repercutir en la llegada del bien al destino final.

Figura 51: Distribución Física Internacional de Peruvian

Organic Ginger SAC. Elaboración: Propia

PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC es una empresa que tercerizará la maquila del jengibre en polvo a empresas que cuentan con certificaciones que respalden la calidad, puntualidad y el perfecto estado del producto, con ello se busca mantener la buena relación comercial con el cliente lo cual se verá reflejado en las órdenes de compra colocadas a nuestra representada.

Proveedores de Jengibre en polvo

La empresa proveedora de PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC es quizás el actor fundamental para la puesta en marcha de nuestra organización y que esta se mantenga en el tiempo, pues pretendemos diferenciarnos de la competencia por la calidad del producto peruano que se va a ofrecer.

Por tal motivo se seleccionaron empresas que cuenten con certificaciones internacionales que garanticen la inocuidad del producto y los procesos para obtener el producto final.

Tabla 53: Proveedor de Jengibre orgánico en polvo (expresado en dólares)

		PROVEEDORES DE JENGIBRE EN POLVO ORGÁNICO		
VARIABLES		**ECOANDINO**	**ELISUR ORGANIC**	**AGROINDUSTRIAS JAS EIRL**
PRECIO X 100 gr (no incluye IGV)		2.015	1.80	1.70
CALIDAD DEL PRODUCTO		Muy alta	Alta	Alta
TIEMPO DE ENTREGA		15 a 20 días	20 días	15 a 20 días
MAQUILA (molienda, envasado, etiquetado, traslado)		SÍ	NO	NO
Certificaciones	**USDA ORGANIC**	SÍ	SÍ	SÍ
	CONTROL UNION FAIR CHOICE	SÍ	NO	NO
	BRCGS	SÍ	NO	NO
	HACCP	SÍ	NO	NO
	GMP	SÍ	NO	NO
	OKO GARANTIE	NO	SÍ	SÍ
	UE ORGANIC	SÍ	SÍ	SÍ
	JAS	SÍ	NO	NO
	KOSHER	SÍ	NO	NO
	HALAL	SÍ	NO	NO

Elaboración: Propia.

La empresa Ecoandino comercializa superalimentos empleando materias primas andinas y amazónicas certificadas internacionalmente, ganadora de diferentes premios y además contribuye con mejorar la calidad de vida de los participantes de la cadena de valor.

Tabla 54: Calificación de proveedor de jengibre en polvo orgánico.

		PROVEEDORES DE JENGIBRE EN POLVO ORGÁNICO

VARIABLES	Factor	ECOANDINO	ELISUR ORGANIC	AGROINDUSTRIAS JAS EIRL
CALIDAD DEL PRODUCTO	**30%**	4	3	3
TIEMPO DE ENTREGA	**25%**	4	3	4
MAQUILA	**20%**	4	1	1
CERTIFICACIONES	**25%**	4	3	3
TOTAL		4	2.6	2.85

Elaboración: Propia.

Se determinó que Ecoandino cumple no solo con brindar productos de muy alta calidad, sino nos brinda un tiempo de entrega prudente tras colocar la orden de compra y brinda servicio de maquila, tanto la molienda, envasado, etiquetado, embalado y traslado desde su almacén de tránsito ubicado en ATE hasta nuestro almacén que se encuentra en Callao.

Proveedores de transporte interno

Determinaremos el proveedor de transporte interno por factores tales como costo, tiempo de atención del servicio, estiba y desestiba, estado de la unidad y equipos para poder transportar nuestra carga al puerto del Callao sea DP World o APM Terminals.

Tabla 55: Proveedores de transporte interno (expresado en soles)

		PROVEEDORES DE TRANSPORTE ALMACÉN PUERTO					
VARIABLES	**Factor**	**SCHARFF**	**Puntaje**	**BEAGLE**	**Puntaje**	**SAVINO DEL BENE**	**Puntaje**
COSTO (no incluye IGV)	**40%**	538.00	3	480.00	4	500.00	4
ATENCIÓN	**25%**	24 horas	3	24 horas	4	24 horas	3
ESTIBA Y DESESTIBA	**25%**	SI	4	SÍ	4	SÍ	4
ESTADO Y EQUIPOS	**10%**	Bueno	3	Bueno	4	Bueno	3
TOTAL			3.25		4.00		3.65

Elaboración: Propia.

La empresa Beagle nos brinda una tarifa promedio además de que cuenta con los servicios requeridos para transportar nuestra carga al puerto y continuar con el proceso de exportación a diferencia de la empresa Inversiones Caracol cuya tarifa es competitiva pero no incluye el servicio se estiba y desestiba, caso contrario de la empresa Savino del Bene logísticas que el costo ofrecido está por encima de las tarifas brindada por las dos empresas anteriores.

Proveedores de Pallets de Madera

Para la exportación de la carga emplearemos pallets de madera del tipo americana y tendrán las dimensiones características que son 1200 x 1000. Además, los pallets que nos proveerá la empresa con la que trabajemos deberán con la Normas Internacional para Medidas Fitosanitarias relacionada al embalaje de madera. Se evaluarán las variables costo, ubicación, tiempo de entrega, certificación NIMF 15 y se le asignarán un puntaje del 1 al 4 donde 1 es nada óptimo, 2 poco óptimo, 3 poco óptimo y 4 súper óptimo.

Tabla 56: Proveedores de Pallet de madera (expresado en soles)

		PROVEEDORES DE PALLET DE MADERA					
VARIABLES	**Factor**	**JRM PALLETS SAC**	**Puntaje**	**COMPAÑIA INDUSTRIAL MADERERA SAN PAULO S.A.**	**Puntaje**	**MADERERA RNP INVERSIONES EIRL**	**Puntaje**
COSTO x und (no incluye IGV)	**30%**	46.00	3	50.00	3	42.00	4
UBICACIÓN	**15%**	Ate	3	Lurín	2	Ate	3
TIEMPO DE ENTREGA	**20%**	7 días	3	05 días	4	7 días	3
CERTIFICACIÓN NIMF 15	**35%**	SÍ	4	SÍ	4	SÍ	4
TOTAL			3.35		3.40		3.65

Elaboración: Propia.

Se determinó que se trabajará con la empresa MADERERA RNP INVERSIONES EIRL que se ubica en el distrito de Ate pues nos brinda una tarifa más competitiva, con un tiempo

de entrega aceptable y se encuentra en el registro de SENASA de empresas que cuentan con las certificaciones que debe tener cada pallet.

Proveedores de Caja de Cartón

Tal como se detalló líneas arriba, definimos que el embalaje es caja de cartón corrugado con divisiones. En este punto se evaluarán costo, tiempo y forma de entrega.

Tabla 57: Proveedores de cajas de cartón corrugado (expresado en soles)

		PROVEEDORES DE CAJAS DE CARTÓN CORRUGADO					
VARIABLES	**Factor**	**TRUPAL**	**Puntaje**	**ICYP**	**Puntaje**	**PRODECAR**	**Puntaje**
COSTO x und (no incluye IGV)	**50%**	3.10	4	3.25	3	3.50	3
TIEMPO DE ENTREGA	**35%**	15 días	3	12 días	4	15 días	3
INCLUYE ENVÍO	**15%**	SÍ	4	SÍ	4	SÍ	4
TOTAL			3.65		3.50		3.15

Elaboración: Propia.

La empresa proveedora de cajas será TRUPAL porque el precio por caja es el más conveniente e incluye el envío a nuestros almacenes, además el tiempo de entrega es conveniente y va de acuerdo a la planificación.

Proveedores de Agentes de Carga marítimo / Servicio integral

Determinamos que se trabajará con un operador logístico que nos brinde servicio integral con la finalidad que las coordinaciones, seguimiento y monitoreo se realice con una sola empresa que maneja todo el servicio y cuente con información de primera mano en coordinación con sus demás áreas para el cumplimiento de nuestras operaciones y actividades.

También se evaluará el costo por el servicio integral, la calidad del servicio, la cartera de clientes con los que

trabajan y los años de experiencia con los que cuenten a fin de garantizar parte de la cadena de distribución física internacional Y se le asignarán un puntaje del 1 al 4 donde 1 es nada óptimo, 2 poco óptimo, 3 poco óptimo y 4 súper óptimo.

Tabla 58: Agentes de Carga (incluye servicio integral) (expresado en dólares)

		AGENTE DE CARGA / SERVICIO INTEGRAL					
VARIABLES	**Factor**	**SCHARFF**	**Puntaje**	**BEAGLE**	**Puntaje**	**SAVINO DEL BENE**	**Puntaje**
COSTO (no incluye IGV)	**40%**	1,370.00	3	1,350.00	4	1,360.00	4
EXPERIENCIA	**25%**	30 años	3	27 años	4	18 años	3
CLIENTES	**25%**	Pequeños, medianos y grandes	4	Pequeños, medianos y grandes	4	Medianos y grandes	4
UBICACIÓN	**10%**	Callao	3	Magdalena	4	Miraflores	3
TOTAL			3.25		4.00		3.65

Elaboración: Propia.

El Grupo BEAGLE cuenta no solo con servicio de agencia de carga, sino que además cuenta con agencia de aduana y Courier. Es importante mencionar que este operador logístico cuenta con una plataforma llamada BEAGLE NET y además un APP que brinda información del despacho en tiempo real, lo que faculta al cliente ver la trazabilidad del embarque, además de contar con los documentos digitalizados ni bien se realizan los procedimientos. Adicionalmente señalar que es Operador Económico Autorizado.

Figura 52: Plataforma de trazabilidad de Beagle.

Fuente: BEAGLE NET

A manera de referencia se detalla el costo por concepto de flete marítimo desde Callao hasta Nueva York – Estados Unidos.

Tabla 59: Flete Marítimo Callao – Nueva York (expresado en dólares)

	AGENTE DE CARGA / SERVICIO INTEGRAL		
VARIABLES	**SCHARFF**	**BEAGLE**	**PERU CONTAINER LINE**
COSTO (no incluye IGV)	1,750.00	1,550.00	1,600.00

Elaboración: Propia.

Siendo nuestra venta en FOB, nos apoyaremos justamente en un agente quienes realizarán las coordinaciones con la naviera, recojo del contenedor para el llenado del mismo y realizar un pago por concepto de gateo ut, precinto BASC, derechos, tracción del contenedor, gastos de la naviera vistos buenos, gastos portuarios, servicio de aduana, inspecciones, aforos, seguimiento, costos de agenciamiento, servicios aduanales, regularización de la DAM, asimismo, ofrecen servicio de seguro para nuestra carga. Se menciona que la reserva deberá brindarme el agente en origen que contrató mi cliente, con dicha reserva deberemos realizar pagos locales.

4.5. SEGURO DE LAS MERCANCÍAS

La (APESEG, 2019) señala que el seguro de las mercancías es muy importante pues cubre o ampara los riesgos de pérdida o daño de la carga durante el transporte del bien. Los riesgos que cubren los seguros se inician en el origen o despacho de la mercadería, desde el momento en que la mercancía queda estibada y acondicionada en el medio de transporte, continúa durante el curso ordinario del transporte y finaliza cuando se entrega la mercancía.

Peruvian Organic Ginger SAC ofrecerá sus productos en términos FOB, lo que significa que el seguro de transporte internacional deberá ser negociado por el importador, desligando a nuestra representada de dicha operación. No obstante, para el traslado de la carga desde nuestros almacenes hacia el puerto, el servicio integral que se contrató con el agente de carga incluye también el seguro.

5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

El plan de comercio internacional permitirá definir el precio final al producto incorporando todos los costos en los que se incurrirán para obtenerlo, incluyendo el margen de utilidad que se pretende conseguir. Además de la documentación necesaria entre las partes para hacer efectivo el negocio y la transacción como son la cotización, contrato comercial, factura comercial y finalmente el flujo de los procesos y operaciones que harán posible que nuestro producto llegue al mercado internacional y por ende al consumidor.

5.1. FIJACIÓN DE PRECIOS

5.1.1. COSTOS Y PRECIO

La empresa ECOANDINO no solo será nuestro proveedor de jengibre en polvo orgánico, sino que nos brindará el servicio de maquila y despacho del producto en doy packs de 100 gr sellados cada uno, en nuestros almacenes ubicados en el Callao.

PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC acondicionará el producto entregado por ECOANDINO en cajas de cartón corrugado y unitarizado en pallets listo para la exportación lo que nos permitirá también hacer un segundo control de calidad.

El servicio logístico integral nos brindará el Grupo BEAGLE quienes cuentan con agencia de aduana y agencia de caga y gestionarán los trámites documentarios, de aduana y permisos necesarios para colocar la mercadería a bordo del buque, pues los términos comerciales en los cuales se exportará nuestro producto es FOB, sin embargo, se evaluará la venta también en EXW y CFR.

Tabla 60: Costos Fijos (expresado en dólares)

Detalle	Primer año
Alquiler de la oficina	7,800.00

Servicios (agua, luz, telefonía, internet)	1,677.38
TOTAL	**9,477.38**

Elaboración: Propia

Tabla 61: Gastos Administrativos (expresado en dólares)

Detalle	Primer año
Gerente General	12,761.04
Jefe de Comercio Exterior y Logística	8,507.36
Asistente de Comercio Exterior y Logística	5,104.42
SUB TOTAL PERSONAL PLANILLA	**26,372.82**
Personal de almacén	279.56
Asesor externo de Contabilidad y Finanzas	853
Asesor Legal	1,421.51
Materiales de oficina	301.93
SUB TOTAL PERSONAL TERCERIZADO	**2,855.91**
TOTAL	**29,228.73**

Elaboración: Propia

Tabla 62: Gastos de Ventas (expresado en dólares)

Detalle	Primer año
Promoción, publicidad, página web y redes sociales	4,350.00
TOTAL	**4,350.00**

Elaboración: Propia

Tabla 63: Costos Variables de Producción (expresado en dólares)

Detalle	Primer año
Costos directos	**146,160.00**
Doy packs de jengibre orgánico en polvo	144,000.00
Etiqueta	2,160.00
Costos indirectos	**1,162.99**
Pallets certificados	469.67
Cajas de cartón corrugado	693.32
TOTAL	**147,322.99**

Elaboración: Propia

Tabla 64: Costos de Distribución física Internacional (expresado en dólares)

Detalle	Primer año
Certificado de Origen	60.00
Certificados sanitarios para Exportación	260.00
Transporte interno	536.76
Handling	200.00
BL	240.00
Vistos buenos	1,440.00
Comisión del agente	600.00
Movilización y Cuadrilla/Montacarga para Inspección Senasa	920.00
Gastos de almacén	1,500.00
Courier	340.00
TOTAL	**6,096.76**

Elaboración: Propia

Tabla 65: Costos de Gestión (expresado en dólares)

Detalle	Primer año
Comisiones del banco	360.00
TOTAL	**360.00**

Elaboración: Propia

Tabla 66:Precio de Venta (expresado en dólares)

Costos Fijos	
Costos fijos de producción	9,477.38
Gastos administrativos y de ventas	33,578.73
SUB TOTAL	**43,056.12**
Costos Variables	
Costos variables de producción	147,322.99
Costos de exportación	6,096.76
Costos de gestión	360.00
SUB TOTAL	**153,779.75**
TOTAL, DE COSTOS	**196,835.86**
Unidades a exportar	72,000.00
Precio Unitario	2.73
Margen de utilidad 55%	1.50
PRECIO DE VENTA FOB	**4.24**

Elaboración: Propia

PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC ofrece un producto diferenciado desde el proceso de siembra y cosecha artesanal hasta obtener el producto final con un potente aroma y sabor, seleccionando proveedores certificados que cumplan con los más altos estándares de calidad garantizando no solo un producto premium sino también responsable con los actores de la cadena de suministro.

En tal sentido consideró un margen de utilidad del 55% con precio de venta según Incoterm FOB de $4.24, tomando en cuenta que el precio del jengibre en polvo orgánico de la competencia y similares oscila entre $5 y $9. Además de considerar el margen de ganancia para el bróker.

Asimismo, se detalla el precio de venta según Incoterm EXW (no hay gastos de DFI) y CFR (incluye flete) ofrecido por nuestra representada al comprador o importador, $4.11 y $4.27 respectivamente.

5.1.2. COTIZACIÓN INTERNACIONAL

Figura 53: Cotización Internacional.

GINGERING PERU
100% ORGANIC

PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC
Calle Cappa 121, Cercado del Callao, Callao
Teléfono: +51 5397840
www.peruvianorganicginger.com

Lima 13 de noviembre del 2020

Señores:
FORGIONE ASSOCIATES INC

Atención: Mr. Matthew Smith

Mediante la presente le hacemos llegar nuestra cotización de acuerdo a las especificaciones establecidas por su representada.

PRODUCTO	: JENGIBRE ORGANICO EN POLVO
PRESENTACION	: CAJAS DE CARTON CON 90 DOYPACKS DE 100 GR
PARTIDA ARANCELARIA	: 0910120000
CANTIDAD	: 200 CAJAS
DIMENSIONES DE EMBALAJE	: CAJAS DE CARTON L:60 CM, A:40 CM, A:50CM
PRECIO FOB CALLAO	: $4.24
FORMA DE PAGO	: T/T TRANSFERENCIA BANCARIA (50% ANTICIPADO, 50% POSTERIOR A LA FECHA DE EMBARQUE)
FECHA DE EMBARQUE	: 30 DIAS DESPUES DE RECIBIR LA ORDEN DE COMPRA
MODO DE TRANSPORTE	: MARITIMO DIRECTO (SIN TRANSBORDO)
PUERTO DE EMBARQUE	: CALLAO - PERU
SEGURO	: POR CUENTA DEL COMPRADOR
VALIDEZ DE LA OFERTA	: 30 DIAS

Es importante mencionar que el producto en mención goza de beneficios arancelarios por lo que nuestra representada emitirá el certificado de origen.

En señal de conformidad y aceptación de las condiciones detalladas líneas arriba, suscribimos el presente documento

Atentamente,

Mitzi Ríos Mori
Ejecutiva de Comercio Exterior

Elaboración: Propia.

5.1.3. CONTRATO DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL Y SUS DOCUMENTOS

El Contrato de Compra Venta Internacional se entiende que es una alianza o colaboración entre dos partes, en este contexto entre el exportador e importador, ambos en distintas ubicaciones geográfica.

PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC celebrará un contrato con su cliente en el exterior que se encuentra específicamente en Nueva York – Estados Unidos, con el propósito de comercializar su producto en este mercado cumpliendo y respetando el acuerdo de las partes a fin de afianzar los lazos comerciales y estos perduren en el tiempo (Ver anexo 12).

Figura 54: Contrato de Compra Venta Internacional – Generalidades y características del producto.

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercadería que suscriben de una parte: **PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC** empresa constituida bajo las leyes de la República peruana, debidamente representada por su Gerente General **MITZI GLORIA RIOS MORI** con Documento Nacional de Identidad Nº 70692522, domiciliado en su Oficina principal ubicado en **CALLE CAPPA 121, CERCADO DEL CALLAO, CALLAO**, a quien en adelante se denominará EL VENDEDOR y, de otra parte, **FORGIONE ASSOCIATES INC**, debidamente representado por su Gerente General **MATTHEW SMITH**, y señalando domicilio en **73-11 GRAND AVE MASPETH, NEW YORK 11378**, a quien en adelante se denominará EL COMPRADOR, que acuerdan en los siguientes términos:

GENERALIDADES

CLÁUSULA PRIMERA:

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

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

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

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

b) En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.

1.3. Cualquier referencia que se haga a términos del comercio (Como FOB, CIF, EXW, FCA, etc.) estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.

1.4. Cualquier referencia que se haga a la publicación de la Cámara de Comercio Internacional, se entenderá como hecha a su versión actual al momento de la conclusión del contrato.

1.5. Ninguna modificación hecha a este contrato se considerará valida sin el acuerdo por escrito entre las Partes.

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

2.1. Es acordado por las Partes que EL VENDEDOR venderá los siguientes productos: jengibre orgánico en polvo en bolsas de 100 gr, y EL COMPRADOR pagará el precio de dichos productos de conformidad con el contrato de compra venta internacional.

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

PLAZO DE ENTREGA

CLAUSULA TERECERA:

Elaboración: Propia Fuente: SIICEX.

En la parte inicial del contrato se toma en cuenta las generalidades de los entes intervinientes frente a cualquier situación que aborda el presente contrato, es decir, que

está Gobernado por La Convención de Las Naciones Unidas sobre contrato de Compraventa Internacional de productos, seguida por la Ley del País en caso algunas situaciones no sean cubiertas explícitamente.
Los términos comerciales estarán regidos por los Incoterms de la Cámara de Comercio Internacional. Así como también la descripción de nuestro producto que es jengibre en polvo orgánico en doypacks de 100 gr cada uno.

Figura 55: Contrato de Compra Venta Internacional – Precio, condiciones de pago, términos de entrega.

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

PRECIO

CLÁUSULA CUARTA:

Las partes acuerdan el precio FOB de $ 4.24 por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador en 13/11/2019.

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

El precio ofrecido con mayor frecuencia es sobre la base del Incotems FOB ("Free on Board") porque se hará por vía marítima.

CONDICIONES DE PAGO

CLÁUSULA QUINTA:

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

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

INTERES EN CASO DE PAGO RETRASADO

CLÁUSULA SEXTA:

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

RETENCION DE DOCUMENTOS

CLÁUSULA SÉPTIMA:

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

TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

CLÁUSULA OCTAVA:

El Incoterm con el cuál trabajará el presente acuerdo es FOB (free on board). EL VENDEDOR tendrá que solventar todos los gastos hasta entregar la mercadería a bordo del buque: operaciones de verificación (comprobar la calidad, medida, peso, recuento), embalaje, marcado, maniobras, cargas, descargas, trámites aduaneros de exportación, manejos en el puerto y carga al barco. Asimismo, asumir gastos del agente de aduana.

RETRASO DE ENVIOS

CLÁUSULA NOVENA:

Elaboración: Propia. Fuente: SIICEX.

En las siguientes cláusulas determinamos que el precio de venta de nuestro producto es $6.77. El comprador deberá enviar la Orden de Compra debidamente firmada en señal

de aceptación y realizar la transferencia del 50% anticipadamente y el saldo del 50% posterior a la fecha de zarpe de la nave. En caso no se realice el pago en las fechas establecidas se cobrarán intereses desde el 1% hasta 15% máximo por día de retraso del total del contrato. Se especifica también que el Incoterm con el cual se trabajará es FOB (Free On Board).

Figura 56: Contrato de Compra Venta Internacional – Inconformidad, cooperación.

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

INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS

CLÁUSULA DÉCIMA:

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

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

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

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

a). Reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún costo adicional para el comprador.

b). Reintegrar a EL COMPRADOR el precio pagado por los productos sujetos a inconformidad.

COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES

CLÁUSULA DÉCIMO PRIMERA:

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

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

CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR

CLÁUSULA DÉCIMO SEGUNDA:

No se aplicará ningún cargo por terminación ni a EL VENDEDOR ni a EL COMPRADOR, ni tampoco ninguna de las partes será responsable, si el presente acuerdo se ve forzado a cancelarse debido a circunstancias que razonablemente se consideren fuera de control de una de las partes. La parte afectada por tales circunstancias deberá notificar inmediatamente a la otra parte.

RESOLUCIÓN DE CONTROVERCIAS

CLÁUSULA DÉCIMO TERCERA:

A menos que se estipule de otra forma por escrito, todas las disputas surgidas en conexión con el presente contrato deberán ser finalmente resueltas por la LEY GENERAL DE ARBITRAJE N° 26572 y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes de El Centro Internacional de Arbitraje de la Cámara de Comercio Americana del Perú (AmCham Perú) a las cuales las partes por este medio nominan excepto que una parte deseam buscar un procedimiento arbitral en

Elaboración: Propia. Fuente: SIICEX.

De presentarse algún retraso en la fecha de entrega del producto deberá comunicarse caso contrario el comprador tendrá derechos de reclamar a Peruvian Organic Ginger SAC el 0.5% del precio del producto por cada semana de retraso. Asimismo, los reclamos que puedan existir tras recepcionar la carga deberán ser comunicados hasta un

plazo máximo de 15 días y deberá evidenciarlo mediante pruebas fehacientes de la existencia de dichas inconformidades.

Figura 57: Contrato de Compra Venta Internacional – Encabezados, notificaciones

concordancia con las reglas de arbitraje de El Centro Internacional de Arbitraje de la Cámara de Comercio Americana del Perú (AmCham Perú) por uno o más árbitros nombrados de conformidad con dichas reglas.

ENCABEZADOS

CLAUSULA DECIMO CUARTA:

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

NOTIFICACIONES

CLÁUSULA DÉCIMO QUINTA:

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

ACUERDO INTEGRAL

CLAUSULA DECIMO SEXTA:

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

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

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de LIMA a los 13 días del mes de noviembre del 2020.

--- ---

EL VENDEDOR **EL COMPRADO**

Elaboración: Propia. Fuente: SIICEX.

Los encabezados del contrato son usados como referencia y no debe afectar la interpretación de las partes, en ese contexto cualquier notificación debe hacerse por escrito y entregados mediante correo validado con acuse de recibido a la otra parte y no deberá realizarse modificaciones a menos que ambas partes así lo requieran.

Figura 58: Factura Comercial de Peruvian Organic Ginger SAC.

COMMERCIAL INVOICE

Shipper: Peruvian Organic Ginger SAC Calle Cappa 121, Cercado del Callao Callao-Perú Telf: + 51 5397840	**Invoice No. & Date:** INV 001/2020 13/12/2020		
	Buyers Order No. &Date: OC001 13/11/2020	**Proforma:**	
	Other Reference (s):	**Bill of Lading No. & Date:**	
Consignee: Forgione Associates INC. 73-11 Grand Ave Maspeth, New York 11378 Phone: 718-476-3663	**Buyer (If other than consignee):**		
Port of Loading: Callao sea port	**Payment terms:** 50% in advance and 50% after the date of Bill of Lading		
Port of Discharge: New York sea port			
Final Destination: New York sea port	**Country of origin:** PERU	**Country of destination:** United States of America	

Boxes Marks Container No.	**Number of Boxes**	**Description of Goods**	**Quantity**	**Presentation**	**FOB Price USD**	**Total FOB USD**
PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC	200	ORGANIC GINGER POWDER	18000	Units	$ 4.24	$ 76,320.00
	200				**TOTAL FOB**	**$ 76,320.00**

Amount chargeable (in words Eighty-six thousand two hundred twenty and 00/100 dollars.

Manufacturer: Peruvian Organic Ginger SAC

Total net weight Total Ship 200
Total gross weight Total CBM:

TOTAL FOB **$ 76,320.00**

WE HEREBY CERTIFY THAT THE GOODS ARE OF US ORIGIN

WE DECLARE THAT THIS DOCUMENT SHOWS THE CORRECT SPECIFICATION OF GOODS DESCRIBED AND THAT ALL PARTICULARS ARE TRUE AND CORRECT

Elaboración: Propia.

La Factura Comercial que se muestra en la figura 59 corresponde a una exportación de Peruvian Organic Ginger SAC, en esta se consignan los datos del exportador y del importador, puerto de salida, puerto de arribo, la cantidad a

exportar y el precio de venta por unidad dando un valor FOB total de $86,220.00, que deberá ser cancelado por el importador en dos partes según lo consignado en la cotización y contrato.

Figura 59: Packing List de Peruvian Organic Ginger SAC.

PACKING LIST

Shipper: Peruvian Organic Ginger SAC Calle Cappa 121, Cercado del Callao Callao-Perú Telf: + 51 5397840		**Invoice No. & Date:** INV 001/2020 13/12/2020				
		Buyers Order No. &Date: OC001 13/11/2020			**Proforma:**	
		Other Reference (s):			**Bill of Lading No. & Date:**	
Consignee: Forgione Associates INC. 73-11 Grand Ave Maspeth, New York 11378 Phone: 718-476-3663		**Buyer (If other than consignee):**				
Port of Loading: Callao sea port		**Payment terms:** 50% in advance and 50% after the date of Bill of Lading				
Port of Discharge: New York sea port						
Final Destination: New York sea port		**Country of origin:** PERU		**Country of destination:** United States of America		
Boxes Marks Container No.	**Number of Boxes**	**Description of Goods**	**Quantity**	**Net Weight kg**	**Gross Weight kg**	**CBM**
PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC	200	ORGANIC GINGER POWDER	18000	1800	2100	33
	200				**TOTAL FOB**	33

Amount chargeable (in words):

Manufacturer: Peruvian Organic Ginger SAC

Total net weight 1800 Total Shipper: 200
Total gross weight 2100 Total CBM:

WE HEREBY CERTIFY THAT THE GOODS ARE OF US ORIGIN

WE DECLARE THAT THIS DOCUMENT SHOWS THE CORRECT SPECIFICATION OF GOODS DESCRIBED AND THAT ALL PARTICULARS ARE TRUE AND CORRECT

Elaboración: Propia.

El Packing List es el documento complementario mas no exigible de la exportación, sin embargo, es fundamental

contar con dicho documento a fin de dar a conocer la cantidad total exportada, peso neto, peso bruto, cubicaje, entre otros detalles de la carga nuestro proveedor y facilitarle ciertos procesos.

5.2. ELECCIÓN Y APLICACIÓN DEL INCOTERM

El Incoterm que utilizará la empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC es FOB (Free on Board) versión 2020, con la finalidad de no incurrir en seguros y fletes que significaría claramente mayor responsabilidad para nosotros como vendedores/exportadores. Y al ser una empresa nueva en el mercado es preferible iniciar las operaciones comerciales con dicho incoterm, así podemos evidenciar que la carga fue puesta a bordo del buque con destino al puerto final.

No obstante, se realizó un comparativo con dos Incoterms adicionales que son FCA y CFR indicando las responsabilidades, costos y riesgos tanto del vendedor/exportador como del comprador/ importador.

Figura 60: Incoterm FOB (Free on Board).

VENDEDOR	COMPRADOR
El vendedor asume los costos hasta que la mercancia se cargue en el barco, momento en el que se transfieren los riesgos, asi como la responsabilidad del despacho de exportación y los costos en origen. El vendedor también organiza el transporte aunque el comprador corre con los gastos.	El comprador es responsable del costo de flete, descarga, despacho de importación y entrega en destino, asi como del seguro en caso de contratarlo. La transferencia de riesgo se produce cuando la mercancia está a bordo.

Elaboración: Propia.
Fuente: Incoterms 2020 – ICC Logística y Transporte TIBA.

Figura 61: Incoterm FCA (Free Carrier).

VENDEDOR	COMPRADOR
El vendedor entrega la mercancía en un lugar acordado y corre con los costos y riesgos hasta el punto de entrega de la mercaderia en el lugar acordado, incluido el costo del despacho de exportación. Es responsable del transporte terrestre y del despacho de aduana de exportación a menos que el lugar designado sea el local del vendedor (depósito de la FCA), en cuyo caso la mercancía se entrega allí y se carga en el medio de transporte dispuesto por el comprador a cargo del comprador.	El comprador corre con los gastos desde la carga a bordo hasta la descarga, incluido el seguro en caso de contratarlo porque corre el riesgo en el momento de la carga de la mercancía en el primer medio de transporte.

Elaboración: Propia. Fuente: Incoterms 2020 – ICC Logística y Transporte TIBA.

Figura 62: : Incoterm CFR (Cost and Freight).

VENDEDOR	COMPRADOR
El vendedor es responsable de todos los costos hasta que la mercancía llegue al puerto de destino, incluido el despacho de exportación, los costos en origen, el flete y generalmente los costos de descarga.	El comprador es responsable de los trámites de importación y transporte a destino. También asumen los riesgos desde el momento en que la mercancía está a bordo, por lo que, aunque no es obligatorio, el comprador suele contratar un seguro.

Elaboración: Propia. Fuente: Incoterms 2020 – ICC Logística y Transporte TIBA.

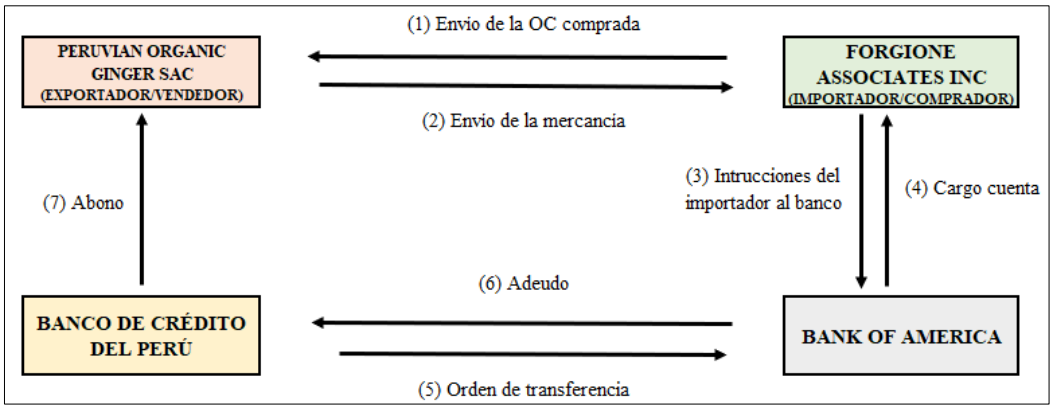
Podemos indicar entonces que si usamos el Incoterm FCA no tenemos garantía de que la mercancía llegue a Nueva York – Estados Unidos y al tener escasa responsabilidad sobre la gestión no tenemos mayores elementos de negociación, además de que este Incoterm es el mínimo a utilizar. En cuanto al Incoterm CFR al realizar exportaciones de mercancías en contenedores se

pone a disposición del transportista en un terminal de almacenamiento y no necesariamente a bordo del buque lo cual tampoco nos garantiza que nuestro producto llegará al destino acordado, y la relación comercial con nuestro comprador podría verse afectada.

5.3. DETERMINACIÓN DEL MEDIO DE PAGO Y COBRO

El medio de pago y cobro de PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC será mediante Transferencia Bancaria, por lo que el comprador será responsable del pago. Se eligió este medio de pago pues es el más sencillo y rápido pues el comprador deberá solicitar a su banco la ejecución de la operación. Tal como se menciona líneas arriba el comprador deberá realizar la transferencia anticipada del 50% del valor total de la mercancía y posteriormente al confirmar la fecha de despacho/entrega de la carga y fecha de zarpe de la nave desde el puerto del Callao deberá realizar la transferencia del 50% que correspondería al saldo. Lo que nos lleva al siguiente procedimiento de envío de documentos originales y dar instrucción de emisión del BL en destino a fin de evitar retrasos documentarios.

Figura 63: Flujograma de Transferencia Bancaria.



Elaboración: Propia.

El flujo anterior de transferencia bancaria inicia cuando el comprador o importador envía la OC debidamente firmada en señal de aceptación y gestiona la transferencia anticipada del 50%, el exportador o vendedor envía la mercancía y tras efectuarse el embarque el comprador o

importador deberá gestionar la transferencia del saldo pendiente, en ambos casos el importador instruye al banco emisor y este lo carga a su cuenta, el banco emisor da la orden de transferencia y gestiona el adeudo con el banco receptor y este a su vez gestiona el abono a la cuenta del exportador o vendedor que es PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC.

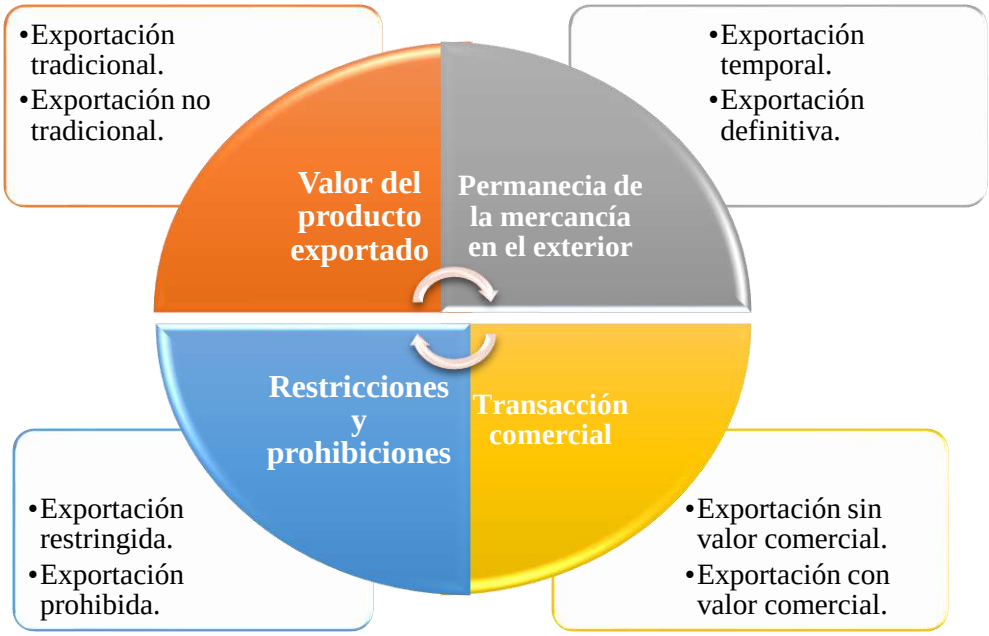
5.4. ELECCIÓN EL RÉGIMEN DE EXPORTACIÓN

Según (SUNAT, 2020) existen dos regímenes de exportación, Exportación Definitiva y Exportación Temporal para Reimportación en el mismo Estado.

Los criterios para clasificar las exportaciones son cuatro:

- Por valor agregado del producto.
- Permanencia de la mercancía en el exterior.
- Transacción comercial.
- Restricciones y Prohibiciones.

Figura 64: Criterios para clasificar las exportaciones.



Elaboración: Propia.

PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC se acogerá al régimen de Exportación definitiva o Régimen 40 que permite la salida legal del territorio aduanero de las mercancías nacionales para su consumo definitivo en el exterior y no está afecta a tributo. Se exportará y comercializará un producto no tradicional como es el jengibre orgánico en polvo a Nueva York – Estados Unidos, es una exportación con valor comercial. Los documentos a considerar son Factura Comercial, Documento de Embarque, Packing List, Certificado de Origen, Certificado fitosanitario SENASA.

5.5. GESTIÓN ADUANERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

El proceso de Gestión Aduanera de la empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC se realizará por el operador logístico BEAGLE quienes se encargarán de todos los procedimientos y seguimiento hasta que la DAM se encuentre regularizada posterior al embarque de mercancías.

Figura 65: Gestión Aduanera.

Fuente: (Asociación de Exportadores, 2020)

- La agencia de aduana BEAGLE solicita la destinación aduanera al régimen de exportación definitiva con la transmisión electrónica de la información. En este punto es importante mencionar que tras las modificaciones realizadas por la aduana peruana el presente año, no es

obligatorio ingresar al depósito temporal, sino que puede continuar con el proceso de exportación directamente desde el local del exportador (Peruvian Organic Ginger SAC).

- En ese sentido actualmente solo existen dos canales de control, canal rojo que implica que la mercancía está sujeta a reconocimiento físico y canal verde que significa que se otorga levante de la mercancía de manera automática. De salir canal rojo el despachador de aduana BEAGLE solicita la programación del reconocimiento físico dentro del plazo establecido por cada intendencia de aduana, señalando fecha y turno, anteriormente el trámite era presencial.

Figura 66: Canales de control

	Canal ROJO: Mercancía sujete a reconocimiento físico.
	Canal VERDE: Se otorga el levante de la mercancía de manera automática.

Elaboración: Propia.

- Con relación al levante autorizado no se requiere la presentación física de documentos resolutivos y en el 95% de los casos el levante es automático.

- Gracias a la declaración se puede visualizar la trazabilidad completa de nuestra mercancía y de todos los operadores intervinientes hasta el embarque. Asimismo, se otorgaron 15 días calendarios adicionales a los 30 días calendario con los que ya se contaban para efectuar el embarque y se le asigna un código QR que alberga toda la información de la carga y autoriza su traslado además de representar la cantidad total a embarcar desde el local del exportador (Peruvian Organic Ginger SAC) o desde el Depósito Temporal hasta el punto de embarque.

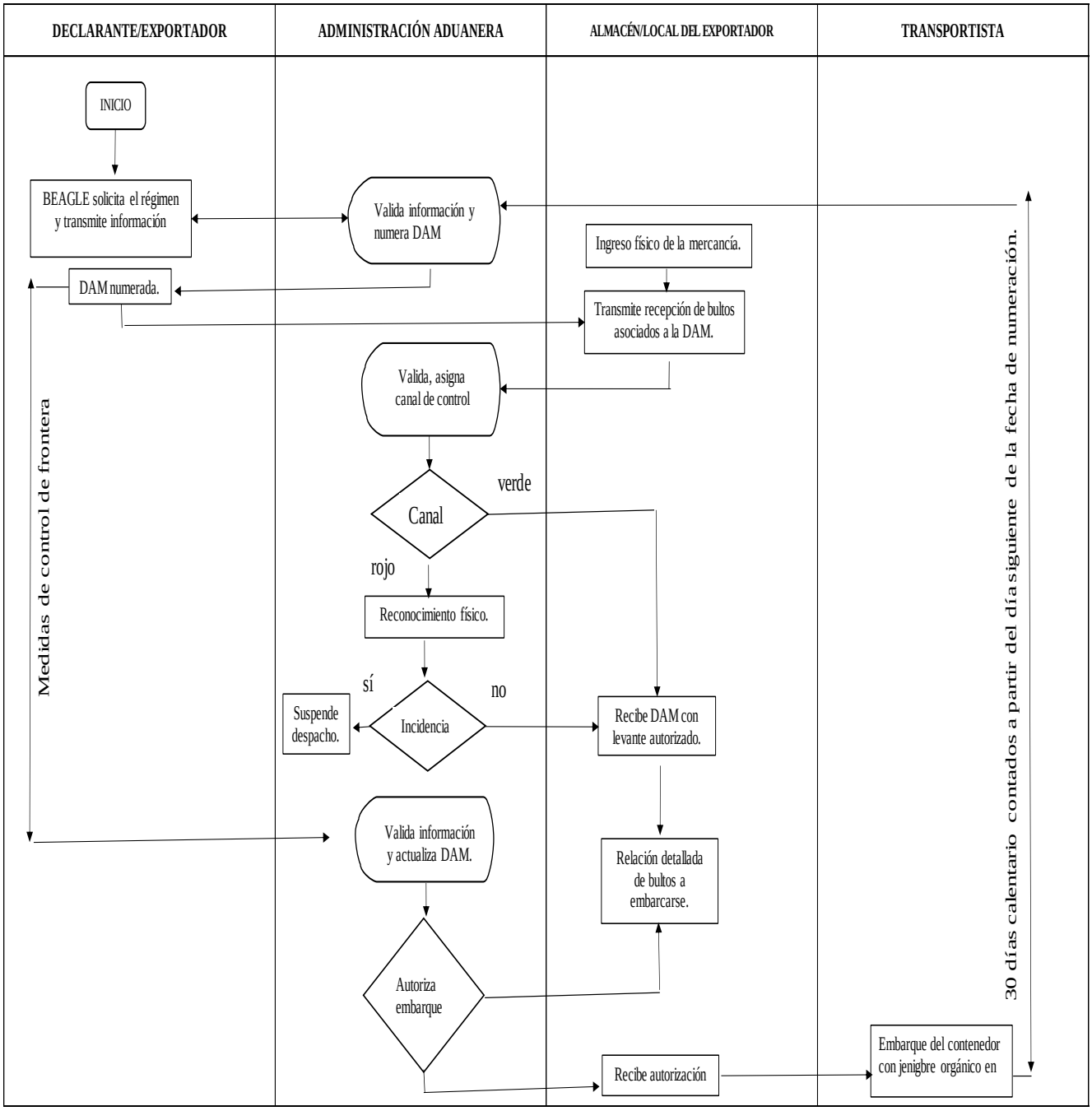
- La etapa final del proceso viene a ser la Confirmación de la DAM o también conocido como regularización. En este punto se eliminó la DAM 41 y gracias a la trazabilidad de información ingresada al sistema, la Declaración se autocompleta, lo que significaría que si toda la información está completa y correcta la regularización solo sería una

confirmación que puede realizarlo el Despachador de Aduanas en este caso BEAGLE vía transmisión electrónica o Peruvian Organic Ginger SAC mediante un check en el portal SUNAT de nuestra empresa.

5.6. GESTIÓN DE LAS OPERCIONES DE EXPORTACIÓN: FLUJOGRAMA

Las operaciones para la exportación del jengibre en polvo orgánico de la empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC inicia desde que nuestro proveedor realiza el acopio para la producción y transformación de la materia prima al producto final envasado y puesto a nuestra disposición en nuestros almacenes y estos son acondicionados para la exportación. Se realiza el traslado a puerto cumpliendo con las especificaciones y procedimientos de la Administración Aduanera, se carga a bordo del buque y procede el embarque.

Figura 67: Flujograma de Exportación



Elaboración: Propia.

Posterior al embarque, la mercancía tendrá una travesía vía marítima de aproximadamente 16 días, al arribar al puerto de destino Nueva York el proveedor realizará las gestiones de desaduanaje y/o nacionalización de la carga

para efectos de que esta sea liberada y comercializada en nuestro mercado de destino.

Tabla 67: Exportación Definitiva.

PROCESO DE EXPORTACIÓN DEFINITIVA	
ANTES	**AHORA**
Uso de documentos físicos o digitalizados y trámites presenciales.	100% proceso digital (comprobantes de pago electrónicos, mandato electrónico, rectificaciones electrónicas).
Autorización de mercancía restringida con documentación física.	Proceso integrado con la VUCE para mercancía restringidas.
Cadena Logística incompleta e insegura.	Tracking completo de la carga, con validación de precintos de alta seguridad.
Obligatoriedad de ingreso al Depósito Temporal.	Se promueve el embarque directo que impacta en reducción de costos.
Servicios de atención manuales.	Uso de scanner y dispositivos móviles para reconocimiento físico y atención de solicitudes electrónicas.
Traslados por zona secundaria con documentación física.	Traslado de carga con código QR electrónico.
Regularización con doble transmisión de DAM 40 y 41.	Regularización simple sin transmisión de DAM 41, mediante confirmación electrónica DAM.

Elaboración: Propia. Fuente: SUNAT.

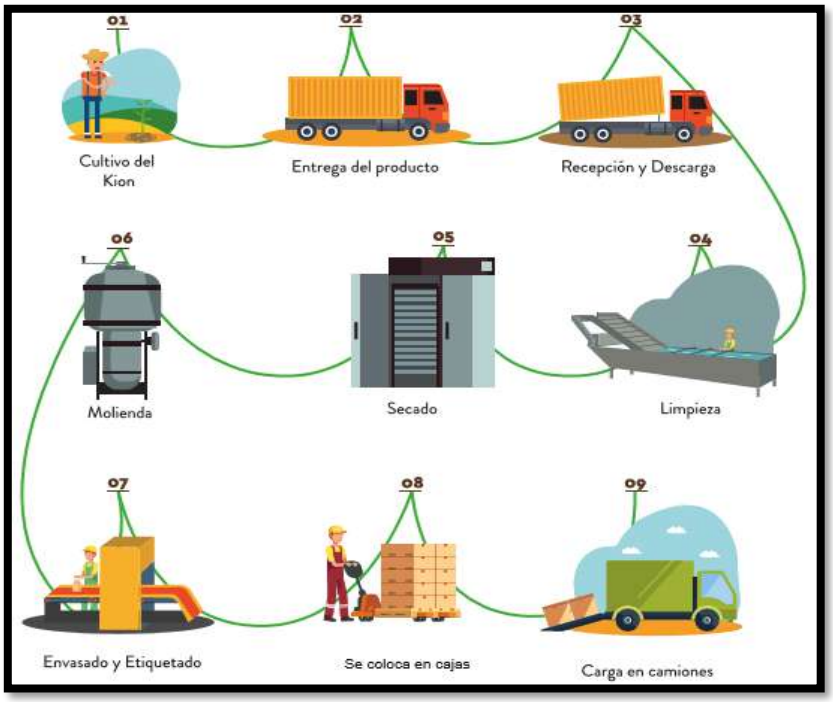
Actualmente las operaciones de exportación están orientadas a la digitalización para optimizar los tiempos y procesos en beneficio de todos los actores intervinientes. En ese marco es que SUNAT Aduana ha replanteado ciertas operaciones tales como embarque directo desde el local del exportador y la no obligatoriedad de ingresar a un Depósito Temporal aminorando costos para el exportador (Peruvian ORGANIC

Ginger SAC), el proceso integrado con la VUCE, la regularización de DAM prácticamente automática gracias a la trazabilidad que brinda el sistema, entre otras operaciones que se pueden observar en la tabla anterior.

5.7. GESTIÓN DE LAS OPERACIONES DE PRODUCCIÓN DEL BIEN: FLUJOGRAMA

PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC no es una empresa productora, sino que terceriza la maquila del jengibre o kión, envasado, transporte a la empresa ECOANDINO que cumple y cuenta con las certificaciones, procedimiento requeridos por el mercado internacional además de ser una empresa socialmente responsable y con alta participación de mujeres empoderadas en los procesos.
Sin embargo, conocemos las operaciones de nuestro proveedor pues es parte de nuestra responsabilidad como empresa exportadora que enfoca y orienta sus procesos hacia la calidad para ofrecer un producto premium a disposición de un consumidor exigente.

Figura 68: Flujo de producción del jengibre en polvo orgánico.



Con base en la figura anterior la producción de nuestro producto inicia con el cultivo del jengibre y la selección de calidad de la raíz, luego entregan la materia prima en la planta del proveedor y se inicial el lavado de jengibre, pasa por un proceso de secado a temperaturas reguladas y estandarizadas, continúa con la molienda de la raíz y se obtiene el jengibre en polvo, este polvo es envasado y etiquetado, se colocan en cajas y son cargados a los camiones con destino a nuestros almacenes.

6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

El plan económico financiero de PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC permitirá elaborar el presupuesto abarcando todas las entradas y salidas de la empresa, conocer los recursos con los que contamos y cubrir todos nuestros gastos durante los siguientes periodos. Asimismo, se establecerán las metas que deseamos alcanzar y tomar decisiones del horizonte al cual nos vamos a dirigir.

6.1. INVERSIÓN FIJA

6.1.1. ACTIVOS TANGIBLES

Se detallarán los activos tangibles de la empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC para iniciar sus actividades como tal. Entre ellos están los muebles, enseres de oficina, equipo de cómputo, maquinarias y equipos.

Tabla 68: Activos Tangibles

Item	*DESCRIPCION*	*UNIDAD*	*CANTIDAD*	*VALOR DE VENTA*	*IGV*	*PRECIO USD*	*TOTAL*
1	ESCRITORIOS DE OFICINA	Escritorio	3	127.12	22.88	150.00	450.00
2	ASIENTOS RECLINABLES	Muebles	3	59.32	10.68	70.00	210.00
3	BANQUETA	Muebles	1	71.19	12.81	84.00	84.00
4	PAPELERA DE METAL	Otros	2	9.32	1.68	11.00	22.00
5	BOTIQUÍN	Otros	1	16.95	3.05	20.00	20.00
6	SUPRESOR DE PICOS	Otros	2	29.83	5.37	35.20	70.40
7	LAPTOP Y MOUSE	Equipos	3	677.97	122.03	800.00	2,400.00
8	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL HP	Equipos	1	254.24	45.76	300.00	300.00
9	TELÉFONOS CELULARES	Equipos	3	296.61	53.39	350.00	1,050.00
10	ESTANTE	Muebles	1	84.75	15.25	100.00	100.00

11	ARCHIVADORES DE DOCUMENTOS	Otros	4	4.24	0.76	5.00	20.00
12	PIZARRA ACRÍLICA	Muebles	1	21.19	3.81	25.00	25.00
13	PIZARRA DE CORCHO	Muebles	1	12.71	2.29	15.00	15.00
14	EXTINTOR	Otros	2	31.36	5.64	37.00	74.00
15	ESTOCA	Máquinas	1	423.73	76.27	500.00	500.00
			USD	**2,120.51**	**381.69**	**2,502.20**	**5,340.40**
			S/.	**7,585.06**	**1,365.31**	**8,950.37**	**19,102.61**

Elaboración: Propia.

Se detalla los activos tangibles con los que contará la empresa Peruvian Organic Ginger S.A.C. calculados en dólares americanos. El monto para la adquisición de dichos activos resulta USD 5,340.40.

6.1.2. ACTIVOS INTANGIBLES

Los activos intangibles de la empresa comprenden los gastos de constitución de la misma, búsqueda y reserva de nombre, inspección de defensa civil del local, la licencia de funcionamiento, minuta, marca en Indecopi, libros contables y software que nos facultarían como empresa a iniciar las operaciones en el marco de la ley.

Tabla 69: Activos Intangibles

Item	***DESCRIPCION***	***VALOR DE VENTA***	***IGV***	***PRECIO USD***	***TOTAL***
1	CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	221.70	39.91	261.61	261.61
2	INSPECCIÓN DE DEFENSA CIVIL	22.89	4.12	27.01	27.01
3	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	43.69	7.86	51.55	51.55
4	MINUTA	106.61	19.19	125.80	125.80
5	BÚSQUEDA Y RESERVA DEL NOMBRE	5.92	1.07	6.99	6.99
6	MARCA - INDECOPI	126.75	22.81	149.56	149.56

7	LIBRO CONTABLE Y LEGALIZACIÓN		29.66	5.34	35.00	35.00
8	SOFTWARE		677.97	122.03	800.00	800.00
		USD	**1,235.19**	**222.33**	**1,457.52**	**1,457.52**
		S/.	**4,418.27**	**795.29**	**5,213.56**	**5,213.56**

Elaboración: Propia.

Los activos intangibles mostrados en el cuadro, son aquellos que con el tiempo darán valor a la empresa y con los cuales la empresa deberá contar para iniciar sus operaciones formalmente. El monto para obtener dichos activos resulta USD 1,457.52.

6.2. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo de la empresa está conformado por el pago de garantía de alquiler, gastos de DFI, gastos administrativos y de ventas, gastos de producción y caja y bancos con los cuales nuestra empresa realice sus operaciones con normalidad.

Tabla 70: Capital de trabajo anual

Item	***DESCRIPCION***	***TOTAL***
1	PAGOS DE GARANTIA POR ALQUILER	2,600.00
2	GASTOS DFI	7,194.18
3	GASTOS ADMINISTRATIVOS	3,369.97
4	GASTOS DE VENTAS	5,133.00
5	GASTOS DE PRODUCCIÓN	173,841.12
6	CAJA Y BANCOS	5,000.00
	USD	**197,138.28**
	S/.	**705,163.62**

Elaboración: Propia.

El importe de USD 170,897.15 que muestra el cuadro de capital de trabajo, es la cantidad monetaria con la cual empresa deberá contar tanto en efectivo como es el caso

de Caja y Bancos, el importe de gastos de producción que nos servirá para sustentar nuestras exportaciones.

6.3. INVERSIÓN TOTAL

Para poner en marcha nuestro plan de negocio se deben considerar los activos tangibles, intangibles y capital de trabajo.

Tabla 71: Inversión Total – Activo Tangible e Intangible

Item	***DESCRIPCION***	***TOTAL***	***%***
1	ACTIVO TANGIBLE	5,340.40	2.6%
2	ACTIVO INTANGIBLE	1,457.52	0.7%
3	CAPITAL DE TRABAJO	197,138.28	96.7%
	USD	**203,936.20**	100.0%
	S/.	**729,479.79**	

Elaboración: Propia.

El Cuadro nos muestra el consolidado de la estructura de la inversión, cuyo monto asciende a USD 177,695.08; los cuales está distribuidos de la siguiente manera: Activos Tangibles (3%), Activos Intangibles (0.8%) y Capital de Trabajo (96.2%).

6.4. ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINACIAMIENTO

Decidimos que solicitaremos un préstamo al banco que representa el 60% de nuestra inversión inicial y el 40% será el capital de cada uno de los socios de nuestra empresa.

Tabla 72: Estructura de Financiamiento

	USD	***S/.***
Inversión Total	203,936.20	729,479.79
Cap. Financiado 60%	122,361.72	437,687.88
Cap. Propio 40%	81,574.48	291,791.92

Elaboración: Propia.

El cuadro resumen, nos muestra el total de la inversión que asciende a USD 177,695.08 y el monto financiado (60% de la inversión total) con un importe de USD 106,617.05 y el monto capital propio (40% de la inversión total) con un importe de USD 71,078.03.

6.5. FUENTES FINANCIERAS Y CONDICIONES DE CRÉDITO

Para el financiamiento del 60% de la inversión total que requerimos para iniciar actividades, se definió que el banco con el cual se trabajará será el Banco de Crédito del Perú, por las facilidades y flexibilidades que este nos brinda.

Tabla 73: Estructura del Préstamo (expresado en dólares)

PRÉSTAMO	
Monto	122,361.72
Cuotas	36
Tasa	1.16%
Cuotas anuales	4,177.63
TEA	14.85%
TEM	1.16%

Elaboración: Propia.

Las condiciones de crédito del banco son:

- Plazo: 36 meses
- TEA: 14.85%
- Periodo de gracia: 0

Tabla 74: Detalle Mensual del Préstamo (expresado en dólares)

					ACUMULADO	
Número cuota	**Valor de la Cuota**	**Intereses**	**Capital**	**Saldo**	**CAPITAL**	**INTERESES**
				122361.721		
1	4,177.63	1,419.99	2,757.64	119,604.09		
2	4,177.63	1,387.99	2,789.64	116,814.45		
3	4,177.63	1,355.62	2,822.01	113,992.44		

4	4,177.63	1,322.87	2,854.76	111,137.68		
5	4,177.63	1,289.74	2,887.89	108,249.79		
6	4,177.63	1,256.23	2,921.40	105,328.39		
7	4,177.63	1,222.32	2,955.31	102,373.08		
8	4,177.63	1,188.03	2,989.60	99,383.48		
9	4,177.63	1,153.33	3,024.30	96,359.18		
10	4,177.63	1,118.24	3,059.39	93,299.79		
11	4,177.63	1,082.73	3,094.90	90,204.90		
12	4,177.63	1,046.82	3,130.81	87,074.09	35,287.64	14,843.91
13	4,177.63	1,010.48	3,167.14	83,906.94		
14	4,177.63	973.73	3,203.90	80,703.04		
15	4,177.63	936.55	3,241.08	77,461.96		
16	4,177.63	898.94	3,278.69	74,183.27		
17	4,177.63	860.89	3,316.74	70,866.53		
18	4,177.63	822.40	3,355.23	67,511.30		
19	4,177.63	783.46	3,394.17	64,117.13		
20	4,177.63	744.07	3,433.56	60,683.57		
21	4,177.63	704.23	3,473.40	57,210.17		
22	4,177.63	663.92	3,513.71	53,696.46		
23	4,177.63	623.14	3,554.49	50,141.97		
24	4,177.63	581.89	3,595.74	46,546.24	40,527.85	9,603.69
25	4,177.63	540.16	3,637.47	42,908.77		
26	4,177.63	497.95	3,679.68	39,229.09		
27	4,177.63	455.25	3,722.38	35,506.71		
28	4,177.63	412.05	3,765.58	31,741.14		
29	4,177.63	368.35	3,809.28	27,931.86		
30	4,177.63	324.15	3,853.48	24,078.38		
31	4,177.63	279.43	3,898.20	20,180.17		
32	4,177.63	234.19	3,943.44	16,236.73		
33	4,177.63	188.43	3,989.20	12,247.53		
34	4,177.63	142.13	4,035.50	8,212.03		
35	4,177.63	95.30	4,082.33	4,129.70		
36	4,177.63	47.92	4,129.70	0.00	46,546.24	3,585.31
	150,394.63	28,032.91	122,361.72			

Elaboración: Propia.

A medida que se vaya amortizando la deuda irá disminuyendo. Es preciso mencionar que en cada cuota mensual a pagar se incluyen los intereses propios del banco, en este contexto del Banco de Crédito del Perú.

6.6. PRESUPUESTO DE COSTOS

El presupuesto de costos de la empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC se realizará en base a la cantidad a exportar anualmente y los incrementos por cada año.

Tabla 75: Cantidad a exportada por año

Detalle	***AÑO 1***	***AÑO 2***	***AÑO 3***	***AÑO 4***	***AÑO 5***
Jengibre en Polvo orgánico en doy packs	*72000*	*74160*	*76385*	*78676*	*81037*
Cajas trimestrales	*200*	*206*	*212*	*219*	*225*
Total, cajas anuales	*800*	*824*	*849*	*874*	*900*
Pallets trimestrales	*10*	*11*	*11*	*11*	*12*
Total, pallets anuales	*40*	*44*	*44*	*44*	*48*

Elaboración: Propia.

Los costos unitarios de nuestros doy packs con jengibre en polvo orgánico, etiquetas, cajas y pallets se determinó con base a las cotizaciones de nuestros proveedores para cada requerimiento en específico.

TABLA 76: Costos Unitarios (expresado en soles)

Detalle	***AÑO 1***	***AÑO 2***	***AÑO 3***	***AÑO 4***	***AÑO 5***
Doy packs de jengibre orgánico en polvo	7.15	7.37	7.59	7.82	8.05
Etiqueta	0.11	0.11	0.11	0.12	0.12
Pallets certificados	42.00	43.26	44.56	45.89	47.27
Cajas de cartón corrugado	3.10	3.19	3.29	3.39	3.49
TOTAL, SOLES	52.36	53.93	55.55	57.22	58.93

Elaboración: Propia.

También se detallan los costos de producción directa anual.

Tabla 76: Costo Total de Producción Directa (expresado en soles)

Detalle	***AÑO 1***	***AÑO 2***	***AÑO 3***	***AÑO 4***	***AÑO 5***
Jengibre en Polvo orgánico en doy packs	522,814.32	538,498.75	554,653.71	571,293.32	588,432.12

Elaboración: Propia.

Se incurrirán en costos de Distribución Física Internacional por cada operación de exportación que realizaremos durante el año, alineado a ello PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC realizará sus exportaciones de manera trimestral.

Tabla 77: Costos de DFI (expresado en soles)

Detalle	***AÑO 1***	***AÑO 2***	***AÑO 3***	***AÑO 4***	***AÑO 5***
COSTOS DE DFI	21,808.12	22,462.36	23,136.23	23,830.32	24,545.23

Elaboración: Propia.

Los costos indirectos de producción permiten unitarizar nuestro producto a fin de ser cargado en el contenedor de manera correcta para su travesía hacia el país de destino.

Tabla 78: Costos Indirectos de Producción (expresado en soles)

Detalle	***AÑO 1***	***AÑO 2***	***AÑO 3***	***AÑO 4***	***AÑO 5***
Pallets certificados	1,680	1,903	1,961	2,019	2,269
Cajas de cartón corrugado	2,480	2,631	2,791	2,961	3,142

Elaboración: Propia.

Tabla 79: Depreciación de Muebles, Maquinarias y Equipos (expresado en soles)

DETALLE	***CANTIDAD***	***PRECIO SIN IGV***	***V. TOTAL***	***VIDA UTIL***	***DEPREC. ANUAL***
Escritorios de Oficina	3	454.70	1,364.11	10.00	136.41
Asientos Reclinables	3	212.19	636.58	10.00	63.66
Banqueta	1	254.63	254.63	10.00	25.46
Laptop y mouse	3	2,425.08	7,275.25	5.00	1,455.05
Impresora Multifuncional HP	1	909.41	909.41	5.00	181.88
Teléfonos celulares	3	1,060.97	3,182.92	10.00	318.29
Estante	1	303.14	303.14	10.00	30.31

Estoca	1	1,515.68	1,515.68	10.00	151.57
			15,441.73		2,362.64

Elaboración: Propia.

Tabla 80: Amortización de Tangibles (expresado en soles)

	0	***1***	***2***	***3***	***4***	***5***
Activos	15,441.73			-		
Depreciación		2,362.64	2,362.64	2,362.64	2,362.64	2,362.64
Valor residual		13,079.09	10,716.45	8,353.81	5,991.17	3,628.53

Elaboración: Propia.

6.7. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibro nos permitirá conocer la cantidad de doypacks de jengibre orgánico en polvo que debemos vender para percibir ingresos.

Tabla 81: Punto de Equilibrio (expresado en soles)

	AÑOS				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Punto de equilibrio en soles	**757,179**	**763,165**	**770,108**	**784,318**	**813,775**

Elaboración: Propia.

Por lo tanto, Peruvian Organic Ginger SAC deberá vender en moneda soles 757,179.00 equivalente a 49,955.00 doypacks de jengibre en polvo orgánico para que nuestros costos sean iguales a nuestros ingresos y no tengamos pérdidas.

6.8. TRIBUTACIÓN DE LA EXPORTACIÓN

El régimen de exportación definitiva no está afecta al pago de tributos. Dado que el rubro de nuestra empresa es la exportación y nos acogeremos a dicho régimen para comercializar nuestro jengibre en polvo orgánico en el exterior posterior a haber cumplido con la normativa peruana para la salida legal de la mercancía, nuestras operaciones no estarán sujetas al pago de tributos.

6.9. PRESUPUESTO DE INGRESOS

Para determinar nuestro presupuesto de ingresos debemos mencionar que nuestro margen de utilidad es 55%. Nuestro precio de venta del primer año en términos FOB es USD 4.24, lo que en soles significaría 15.16.

Tabla 82: Precio de Venta (expresado en soles)

Detalle	***AÑO 1***	***AÑO 2***	***AÑO 3***	***AÑO 4***	***AÑO 5***
Doypacks de jengibre orgánico en polvo	15.16	15.31	15.46	15.62	15.77

Elaboración: Propia.

Nuestro precio de venta crecerá de manera progresiva mas no agresiva, dicho de otra forma, pretendemos incrementar el precio a una tasa a anual del 1% permitiéndonos permanecer en el mercado con precios competitivos.

Tabla 83: Cantidad de Doypacks Exportados

Detalle	***AÑO 1***	***AÑO 2***	***AÑO 3***	***AÑO 4***	***AÑO 5***
Doypacks de jengibre orgánico en polvo	72,000	74,160	76,385	78,676	81,037

Elaboración: Propia.

Para determinar la cantidad que se exportará se tomará en cuenta el tamaño del mercado insatisfecho y la capacidad de producción de nuestro proveedor sin sacrificar la calidad que es uno de los pilares más importantes de nuestra empresa.

Tabla 84: Ingreso por Giro de Negocio (expresado en soles)

Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Doypacks de jengibre orgánico en polvo	1,091,326.92	1,135,307.40	1,181,060.29	1,228,657.01	1,278,171.89

Elaboración: Propia.

El precio de venta y la cantidad de doypacks a exportar definidos previamente para el proyectado de los cinco años, nos muestran los ingresos que se obtendrán posterior a concretar la venta de nuestro producto. Estos montos muestran crecimiento año tras año lo cual es positivo para nuestra actividad.

6.10. PRESUPUESTO DE EGRESOS

Para determinar nuestro presupuesto de egresos se considerarán los gastos administrativos, gastos de ventas, gastos financieros y los gastos de alquiler del local.

Tabla 85: Gastos de Ventas (expresado en soles)

Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Promoción, publicidad, página web y redes sociales	15,559.95	16,337.95	17,154.84	18,012.59	18,913.22

Elaboración: Propia.

En nuestros gastos de venta consideramos la promoción, publicidad, página web, redes sociales, trabajo con influencers, merchandising entorno a nuestro con una proyección a cinco años.

Tabla 86: Gastos Administrativos (expresado en soles)

Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente General	45,646.25	47,928.56	51,762.85	54,868.62	58,709.42
Jefe de Comercio Exterior y Logística	30,430.83	31,952.38	34,508.57	36,579.08	39,139.61

Asistente de Comercio Exterior y Logística	18,258.50	19,719.18	21,691.10	22,775.65	24,369.95
Personal de almacén	1,000.00	1,030.00	1,060.90	1,092.73	1,125.51
Asesor externo de Contabilidad y Finanzas	3,050.85	3,203.39	3,363.56	3,531.74	3,708.32
Asesor Legal	5,084.75	5,338.98	5,605.93	5,886.23	6,180.54
Materiales de oficina	1,080.00	1,134.00	1,190.70	1,250.24	1,312.75
Servicios (agua, luz, telefonía, internet)	6,000.00	6,300.00	6,615.00	6,945.75	7,293.04

Elaboración: Propia.

En nuestros gastos administrativos se está considerando las remuneraciones de los trabajadores, pago de servicios y materiales de ofiicna. Se muestra que tenemos 3 trabajadores en planilla y se contratará 1 trabajador por recibo de honorarios para el apoyo en el área de almacén para cada operación de exportación, es decir, trimestralmente. Asimismo, se contratarán los servicios contables y legales para nuestra empresa.

Tabla 87: Gastos Financieros (expresado en soles)

Detalle	***AÑO 1***	***AÑO 2***	***AÑO 3***	***AÑO 4***	***AÑO 5***
Gastos financieros	53,096.66	34,352.42	12,824.65	-	-

Elaboración: Propia.

Los gastos financieros están relacionados con el préstamo que se hizo al Banco de Crédito del Perú, por un periodo de 36 meses equivalentes a los 3 años que se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 88: Gastos de Alquiler (expresado en soles)

Detalle	***AÑO 1***	***AÑO 2***	***AÑO 3***	***AÑO 4***	***AÑO 5***
Alquiler de la oficina	27,900.60	29,295.63	30,760.41	32,298.43	33,913.35

Elaboración: Propia.

Nuestros gastos también involucran los gastos de alquiler del local donde funcionarán nuestras oficinas administrativas, así como también será un almacén de tránsito para nuestros productos a fin de que estos pasen

un último control de calidad y posteriormente sean cargados en los contenedores.

6.11. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El flujo de caja proyectado muestra los ingresos y los egresos de dinero de PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC proyectado para 5 años, lo que permite identificar oportunidades de mejora, reinvertir y tomar decisiones. Se detallará tanto el Flujo de Caja Económico como el Flujo de Caja Financiero.

Tabla 89: Flujo de Caja Económico (expresado en soles)

		AÑOS					
CONCEPTO		**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
INGRESOS			1,091,327	1,135,307	1,181,060	1,228,657	1,278,172
Ingresos operativos			1,091,327	1,135,307	1,181,060	1,228,657	1,278,172
Ingresos no operativos			-	-	-	-	-
COSTO Y GASTOS			706,930	731,660	760,131	787,165	816,622
Costos fijos			153,012	161,210	172,653	182,148	193,540
Costos Variables			551,070	567,602	584,630	602,169	620,234
Depreciación			2,363	2,363	2,363	2,363	2,363
Amortización intangible			485	485	485	485	485
UTILIDAD OPERATIVA			**384,397**	**403,647**	**420,929**	**441,492**	**461,550**
Impuesto renta	MYPE 1% MENSUAL ING. NETOS		10,913	11,353	11,811	12,287	12,782
UTILIDAD NETA			**373,484**	**392,294**	**409,119**	**429,205**	**448,768**
Depreciación			2,363	2,363	2,363	2,363	2,363
Amortización intangible			485	485	485	485	485
Valor Residual							3,629
Inversiones		(729,480)	-	-	-	-	-

FLUJO DE CAJA ECONOMICO		**(729,480)**	**376,332**	**395,142**	**411,966**	**432,053**	**455,244**
FCF ACUMULADO		**(729,480)**	**(353,148)**	**41,994**	**453,960**	**886,013**	**1,341,257**

Elaboración: Propia.

La tabla anterior de Flujo de Caja Económico está constituida básicamente por los ingresos operativos menos los egresos operativos, y se detalla posteriormente en el Estado de Ganancias y Pérdidas que finalmente nos arroja un valor residual positivo. En este tipo de flujo de Caja no se considera el financiamiento de la inversión inicial.

Tabla 90: Flujo de Caja Financiero (expresado en soles)

		AÑOS					
CONCEPTO		**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
INGRESOS			1,091,327	1,135,307	1,181,060	1,228,657	1,278,172
Ingresos operativos			1,091,327	1,135,307	1,181,060	1,228,657	1,278,172
Ingresos no operativos			-	-	-	-	-
COSTO Y GASTOS			760,026	766,012	772,956	787,165	816,622
Costos fijos			153,012	161,210	172,653	182,148	193,540
Costos Variables			551,070	567,602	584,630	602,169	620,234
Intereses			53,097	34,352	12,825		
Depreciación			2,363	2,363	2,363	2,363	2,363
Amortización intangible			485	485	485	485	485
UTILIDAD OPERATIVA			**331,301**	**369,295**	**408,105**	**441,492**	**461,550**
Impuesto renta	MYPE 1% MENSUAL ING. NETOS		10,913	11,353	11,811	12,287	12,782
UTILIDAD NETA			**320,387**	**357,942**	**396,294**	**429,205**	**448,768**
Depreciación			2,363	2,363	2,363	2,363	2,363
Amortización intangible			485	485	485	485	485
Valor Residual							3,629
Amortización			(126,224)	(144,968)	(166,496)		

Inversiones (Act tangible, intangible, capital de trabajo)		(729,480)	-	-	-	-	-
Préstamo		437,688					
FLUJO DE CAJA FINANCIERO		**(291,792)**	**197,011**	**215,821**	**232,646**	**432,053**	**455,244**
FCF ACUMULADO		**(291,792)**	**(94,781)**	**121,041**	**353,687**	**785,740**	**1,240,984**

Elaboración: Propia.

Con base en la tabla anterior de Flujo de Caja Financiero podemos indicar que es positivo lo que significa que los activos corrientes de Peruvian Organic Ginger SAC se incrementan y permite pagar gastos y tener un saldo para reinvertir y/o hacer frente a desafíos financieros. Incluye el total de la deuda por concepto de préstamo del año 0.

6.12. ESTADO DE GANACIAS Y PÉRDIDAS

Tabla 91: Estado de Ganancias y Pérdidas (expresado en soles)

RECURSOS	**Expresado en Soles por año**				
	Año 1	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
(+) VENTAS NETAS	1,091,327	1,135,307	1,181,060	1,228,657	1,278,172
(-) COSTO DE VENTAS	24,096	24,819	25,563	26,330	27,120
UTILIDAD BRUTA	1,067,231	1,110,489	1,155,497	1,202,327	1,251,052
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	153,012	161,210	172,653	182,148	193,540
(-) GASTOS DE VENTAS	526,974	542,784	559,067	575,839	593,114
(-) DEPRECIACIÓN	2,363	2,363	2,363	2,363	2,363
UTILIDAD OPERATIVA	384,882	404,132	421,414	441,977	462,035
(+) INGRESOS FINANCIEROS	-	-	-	-	-
(+) INGRESOS VARIOS	-	-	-	-	-
(-) GASTOS FINANCIEROS	53,097	34,352	12,825		

(-) GASTOS VARIOS	-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES IMPUESTO	331,786	369,780	408,590	441,977	462,035
(-) IMPUESTO A LA RENTA	97,877	109,085	120,534	130,383	136,300
UTILIDAD NETA	**233,909**	**260,695**	**288,056**	**311,594**	**325,734**

Elaboración: Propia

El estado de ganancias y pérdidas que se muestra en el cuadro anterior evidencia que desde el primer año de actividad de PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC se obtendrán ganancias pese a la inversión realizada, los pagos realizados y al financiamiento que tenemos con el banco. Las ganancias tienen un crecimiento progresivo y constante durante los 5 años proyectados. Se cree necesario mencionar que el impuesto considerado en este proyecto es del 29.5% puesto que, a pesar de estar dentro de régimen de las MYPES, al superar las 15 UIT en ingresos ya no podemos acogernos al pago del 10% del Impuesto a la Renta.

6.13. EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

6.13.1. EVALUACIÓN ECONÓMICA

Tabla 92: Evaluación Económica (expresado en soles)

	COK	***VALOR***
VANE	12.70%	S/. 721,560.46
TIRE		46.82%
PRIE		2.89
B/C Económico		S/. 2.84

Elaboración: Propia

- El Valor Actual Neto Económico (VANE) es igual a S/ 721,560.46, mayor a 1 por lo tanto se acepta el plan.

- La Tasa Interna de Retorno Económico (TIRE) es igual a 46.82%, significa que el proyecto cuenta con una rentabilidad mayor al costo de oportunidad, se debe ejecutar el proyecto.

- El Beneficio Costo (B/C) es igual a 2.84 superior a 1, esto indica que los beneficios son mayores que los costos, en consecuencia, el proyecto debe ser aceptado.

- El Periodo de Recuperación de la Inversión (PRIE) es igual a 2.89, lo que significa que la inversión realizada se recuperará en 2.89 años.

6.13.2. EVALUACIÓN FINANCIERA

Tabla 93: Evaluación Financiera (expresado en soles)

	WACC	***VALOR***
VANF	14.25%	S/. 689,541.82
TIRF		77.15%
PRIF		2.44
B/C Financiero		S/. 5.25

Elaboración: Propia

- El Valor Actual Neto Financiero (VANF) es igual a S/ 689,541.82, mayor a 1 por lo tanto se acepta el plan.

- La Tasa Interna de Retorno Financiero (TIRF) es igual a 77.15%, es mayor a la tasa de descuento por lo tanto debe ejecutarse el proyecto.

- El Beneficio Costo Financiero (B/C) es 5.25 superior a 1, el proyecto debe ser aceptado.

6.13.3. EVALUACIÓN SOCIAL

La empresa PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC mediante el jengibre en polvo orgánico busca fomentar el consumo de productos peruanos naturales con alto valor nutricional que impacta de manera positiva en la salud del

consumidor. Asimismo, contribuye con la Responsabilidad Social pues pese a ser una empresa pequeña busca que sus trabajadores cuenten con los beneficios que por ley les corresponden y siempre enfocados en la mejora y crecimiento continuo, así también la de nuestros proveedores, es decir, que sus políticas deben estar alineadas con las nuestras.

Tal es el caso de nuestro principal proveedor que es ECOANDINO que cuenta con certificaciones importantes, como es la del Comercio Justo que respalda la responsabilidad de la empresa no solo con sus clientes externos sino también los internos para brindar así un producto y servicio de calidad y la gran participación de mujeres en sus procesos.

Actualmente los consumidores de productos como el nuestro buscan que este no sea un producto convencional, sino que tenga un valor agregado que favorezca su bienestar al adquirirlo y consumirlo, que cuente una historia y sobre todo que sea amigable con el medio ambiente y todos los participantes de la cadena que hace posible que nuestro jengibre peruano orgánico en polvo llegue al mercado de destino.

6.13.4. EVALUACIÓN AMBIENTAL

PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC es responsable con el medio ambiente puesto que la cantidad requerida no fuerza ni altera los campos de producción y brinda una holgura para que estén preparados para una nueva temporada, además contamos con la certificación orgánica lo cual implica que la tierra y el producto son tratados con mayor cuidado y atención en miras de proteger el medio ambiente que es el proveedor principal para que nuestras actividades empresariales puedan desarrollarse y permanecer en el tiempo.

Así también nuestro envase que es el doypack al no tener un peso mayor a diferencia de otros envases y ocupar menos espacio gracias a su flexibilidad, permite que se

transporten mayores cantidades en un solo viaje, minimizando así la huella de carbono.

6.14. EVALUACIÓN DE COSTO DE OPORTUNIDAD DEL CAPITAL DE TRABAJO

El costo de oportunidad es el costo que no percibimos o que dejamos de percibir por inclinarnos hacia otras opciones que no fueron necesariamente las mejores decisiones, esto incluye también los beneficios que se pudieron haber obtenido de elegir la correcta.

El costo de oportunidad está relacionado directamente con el riesgo que puede sufrir nuestra inversión en el mercado, es igual a la variación del entorno real y lo que se espera.

Para hallar el Costo Promedio Ponderado de Capital se debe usar la siguiente fórmula:

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

Tabla 94: Cálculo del costo promedio ponderado de capital

Deuda	**60.00%**
Capital	40.00%
Costo de oportunidad	14.25%
Costo de la deuda	14.85%
Tasa de impuesto a la renta	29.50%
CPPC	12%

Elaboración: Propia

Entonces el rendimiento esperado de la mejor alternativa de inversión que tenemos es 12%, tomando en cuenta los riesgos que pueden ser semejantes, pero arrojan un retorno diferente.

6.15. CUADRO DE RIESGO DEL TIPO DE CAMBIO

Para evaluar el riesgo del tipo de cambio se analizaron tres escenarios, tipo de cambio pesimista, tipo de cambio conservador y tipo de cambio optimista, para conocer los flujos y resultados que se obtendrían frente a dichas situaciones.

Tabla 95: Escenarios Según Variación del Tipo de Cambio (expresado en soles)

AÑO	***Cantidad***	***Precio Unitario USD***	***Venta Total USD***	***TC pesimista***	***TC conservador***	***TC optimista***
				3.25	**3.58**	**3.70**
AÑO 1	72000	4.24	305,095.59	13.77	15.16	15.68
AÑO 2	74160	4.28	317,390.94	13.91	15.31	15.84
AÑO 3	76385	4.32	330,181.80	14.05	15.46	15.99
AÑO 4	78676	4.37	343,488.12	14.19	15.62	16.15
AÑO 5	81037	4.41	357,330.69	14.33	15.77	16.32

Elaboración: Propia

Tabla 96: Análisis de Sensibilidad con Tipo de Cambio (expresado en soles)

DETALLE	***TC pesimista***	***TC conservador***	***TC optimista***
	3.25	**3.58**	**3.70**
VANE	655,597.29	721560.46	746,372.29
TIRE	42.54%	46.82%	48.43%
B/C	2.58	2.84	2.94
VANF	626,505.71	689541.82	713,252.65
TIRF	70%	77.15%	79.80%
B/C	4.77	5.25	5.43

Elaboración: Propia

En las tablas se muestra el análisis de sensibilidad del tipo de cambio bajo tres escenarios, pesimista, conservador y optimista, y su impacto en los indicadores económicos y

financieros. Cuando el tipo de cambio se incrementa en un escenario optimista los resultados de los indicadores económicos y financieros también se incrementan mucho más que en el escenario pesimista y conservador.

Por otro lado, se evaluará recurrir al sistema bancario para contratar un tipo de cambio forward a fin de mitigar riesgos de cambio futuro lo que supone que, aunque el tipo de cambio aumente o disminuya no afecte a Peruvian Organic Ginger SAC.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. CONCLUSIONES

- Este proyecto permitió conocer la viabilidad de nuestras exportaciones de jengibre en polvo orgánico al mercado de Nueva York – Estados Unidos, esto se evidencia mediante el VANE que arrojó un resultado positivo de S/ 721,560.46. Asimismo, la TIRE de 46.82%. Se obtuvo un VANF de S/ 689,541.82 y una TIRF de 77.15%, lo que significa que el proyecto es viable desde el punto de vista económico y financiero.

- El crecimiento de la demanda de nuestro producto y del sector orgánico va cada vez en aumento lo cual es muy optimista para nuestra empresa pues nos permitirá aprovechar la demanda insatisfecha de nuestro mercado de destino y en un futuro expandirnos hacia otros países del mundo dando a conocer nuestro producto premium diferenciándose de la competencia por la calidad, aroma y sabor.

- Para nuestra empresa es de vital importancia generar en los consumidores extranjeros la asociación de la calidad con nuestro país a fin de afianzar mucho más el concepto y percepción positiva que tienen hacia nuestros productos en el mercado internacional, en miras a incrementar la demanda del mismo.

- Este proyecto nos permitió identificar que los consumidores ya no solo buscan un producto de bajo precio, sino que valoran mucho más la calidad, el cuidado del medio ambiente, el respeto a los derechos de las personas, el tiempo ahorrado, los beneficios físicos inmediatos, entre otros y están dispuestos a pagar un poco más por ese plus que brinda el producto en beneficio no solo personal sino de sociedad como tal.

7.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda que con base en los resultados obtenidos de los indicadores tanto económicos como financieros, incrementemos la inversión con el fin de ampliar nuestra

oferta para satisfacer la demanda insatisfecha y de esa manera poder posicionarnos mucho más en el mercado de destino y quizá en otros estados de Estados Unidos.

- Se recomienda que al posicionarnos en el mercado de destino con marca propia “Gingering Peru”, ampliemos nuestra cartera de productos orgánicos peruanos entorno al jengibre, lo que nos permitiría competir con empresas no solamente pequeñas sino también grandes, orientándonos siempre a promocionar un producto premium a un precio justo y sobre todo peruano.

- Se recomienda que tras obtener las autorizaciones y licencias de marca país y sectoriales promocionemos mucho más nuestro producto para que puedan ser identificados a nivel internacional y diferenciados de la competencia.

- Se recomienda gestionar las revisiones y evaluaciones de manera periódica en materia financiera posterior al inicio de nuestras actividades con el propósito de minimizar riesgos y anticiparnos frente a posibles eventualidades.

BIBLIOGRAFIA

Escuela de Organización Industrial. (2012). *Logística Internacional.* Obtenido de file:///C:/Users/ANDRE/Downloads/componente75373.pdf

ADEX. (2020). *ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES.* Obtenido de http://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2020/06/%C3%89XITO-EN-LAS-EXPORTACIONES-DE-JENGIBRE-AL-1ER-CUATRIMESTRE-2020-.pdf

Alles, M. (2015). *Dirección estratégica de RR.HH: Gestión por competencias* (3a ed., Vol. I). Ediciones Granica S.A.

APESEG. (2019). *PROMPERU .* Obtenido de https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/3823/Seguro_transporte_internacional_mercancias_2019_keyword_principal..pdf?sequence=1&isAllowed=y

Asociación de Exportadores. (29 de Agosto de 2020). WEBINAR: Nuevo proceso de exportación definitiva - Exportación digital. Lima. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=9yY7KMEdABo&t=3728s

Banco Mundial. (2020). *Banco Mundial*. Obtenido de https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2019/10/24/doing-business-2020-sustaining-the-pace-of-reforms

BBC News. (2018). *BBC News*. Obtenido de https://www.bbc.com/mundo/noticias-46546906

Center Intelligence Agency. (2020). *Center Intelligence Agency*. Obtenido de https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html

Center Intelligence Agency. (2020). *Center Intelligence Agency*. Obtenido de https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html

Chiavenato, I. (2017). *Planeación Estratégica. Fundamentos y Aplicaciones* (3a ed.). México: McGraw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/63311696/3_-_Planeacion_Estrategica_-_Chiavenato_-_3ra_Ed_-_201620200514-123786-h2q2nk.pdf?1589483840=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DIdalberto_Chiavenato_Fundamentos_y_aplic.pdf&Expires=1600839016&

Chiavenato, I. (2017). *Planeación Estratégica. Fundamentos y Aplicaciones* (3a ed.). (México, Ed.) McGraw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/63311696/3_-_Planeacion_Estrategica_-_Chiavenato_-_3ra_Ed_-_201620200514-123786-h2q2nk.pdf?1589483840=&response-content-

disposition=inline%3B+filename%3DIdalberto_Chiavenato_Fundamentos_y_aplic.pdf&Expires=1600839016&

CONEXIÓN ESAN . (2018). *ESAN*. Obtenido de https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/03/los-componentes-y-operadores-de-la-distribucion-fisica/

Dong, Z., & Bode, A. (2011). *Herbal Medicine: Biomolecular and Clinical Aspects* (2da ed.). (W.-G. S. Benzie IFF, Ed.) Taylor & Francis, LLC. Obtenido de https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK92775/#__NBK92775_dtls__

El Peruano. (02 de Julio de 2013). LEY Nº 30056 LEY QUE MODIFICADIVERSAS LEYES PARA FACILITARLA INVERSIÓN, IMPULSAR EL DESARROLLOPRODUCTIVO Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL. *El Peruano*. Obtenido de https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/

EsSalud. (Junio de 2019). *EsSalud recomienda mayor consumo de kión y ajo para combatir infecciones respiratorias*. Obtenido de http://www.essalud.gob.pe/essalud-recomienda-mayor-consumo-de-kion-y-ajo-para-combatir-infecciones-respiratorias/

EUROMONITOR INTERNATIONAL. (2019). *Las 10 Principales Tendencias Globales de Consumo para 2019.* Obtenido de https://www.fedexpor.com/wp-content/uploads/2019/02/10-tendencias-de-consumo-2019.pdf

EUROMONITOR INTERNATIONAL. (2020). *EUROMONITOR*. Obtenido de https://blog.euromonitor.com/ginger-a-health-and-wellness-ingredient-with-much-potential/

Fresh Plaza. (2020). *Fresh Plaza*. Obtenido de https://www.freshplaza.com/article/9196326/us-demand-for-organic-products-expanding/

Fresh Plaza. (2020). *Fresh Plaza*. Obtenido de https://www.freshplaza.com/article/9196326/us-demand-for-organic-products-expanding/

ICEX. (2019). *Guía del Estado de Nueva York. Estados Unidos.* Nueva York.

ICEX. (2019). *Guía del Estado de Nueva York. Estados Unidos.* Nueva York.

ICEX. (2019). *Guía del Estado de Nueva York. Estados Unidos.* Nueva York.

Instituto Nacional de Defensa de la Cometencia y de la Propiedad Intelectual. (Octubre de 2020). *Registro de Marca y Otros Signos - INDECOPI*. Obtenido de https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2010). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme* (Vol. Revisión 4). Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf

International Monetary Fund. (2020). *International Monetary Fund*. Obtenido de https://www.imf.org/en/Countries/USA

Market Access Map. (2020). *Market Access Map*. Obtenido de https://www.macmap.org/en//query/results?reporter=842&partner=604&product=091012&level=6

MINAGRI. (2020). *Ministerio de Agricultura y Riego.*

MINCETUR. (2009). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.* Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs_taller/talleres_2/42.pdf

MINCETUR. (2009). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.* Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs_taller/talleres_2/42.pdf

MINCETUR. (2020). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.* Obtenido de https://www.promperu.gob.pe/ContenidosFichas/norteamerica/ohou-ficha-mercado-estados-unidos-producto-jengibre-2020.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (17 de Julio de 2019). *MINCETUR.* Obtenido de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/342808/PDM_EEUU.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (Octubre de 2020). *Ficha Mercado Producto jengibre - Kion* . Obtenido de https://agapperu.org/wp-content/uploads/2020/09/ohou-ficha-mercado-estados-unidos-producto-jengibre-2020.pdf

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (Octubre de 2020). *Sistema Normativo de Información Laboral - SNIL - MINTRA*. Obtenido de http://www.mintra.gob.pe/boletin/boletin_2_1.html

Municipalidad Provincial del Callao. (Octubre de 2020). *Municipalidad Provincial del Callao*. Obtenido de https://www.municallao.gob.pe/index.php/licencia-de-funcionamiento

Newstrom, J. (2007). *El Comportamiento Humano en el Trabajo Comportamiento* (12va ed.). McGraw Hill.

Olortegui, S. M. (2016). *Uso de Metabolitos de Actinobacteria en el Manejo Poscosecha de Rizomas de Jengibre (Zingiber officinale Roscoe).* Lima: Universidad Nacional Agraria La Molina. Obtenido de http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/1966/J11-E86-T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Organización Mundial del Comercio. (27 de marzo de 2020). *Examen de las Políticas Comerciales - Informe de la Secretaria Estados Unidos.* Organización Mundial del Comercio. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/tpr_s.htm

Organización Mundial del Comercio. (2020). *Examen de las Políticas Comerciales - Informe de la Secretaria Estados Unidos.* Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/tpr_s.htm

PROMPERÚ. (2015). Obtenido de http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/1025163015radB52B3.pdf

Santander Trade Markets. (2020). *Santander Trade Markets*. Obtenido de https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia

Santander Trade Markets. (2020). *Santander Trade Markets*. Obtenido de https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia

Santander Trade Markets. (2020). *Santander Trade Markets*. Obtenido de https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/estados-unidos/presentacion-general

Shahrajabian, M., Sol, W., & Cheng, Q. (30 de Setiembre de 2019). *NOTULAE SCIENTIA BIOLOGICAE*. doi:https://doi.org/10.15835/nsb11310419

SIICEX. (2020). *Nuevo Lanzamiento - Jengibre en Polvo en Japón*. Obtenido de http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/692340723rad871E3.pdf?pdf=nuevo-lanzamiento-jengibre-polvo-en-japon

SUNAT . (2020). *Superintendencia Nacional de Administrción Tributaria y Aduanas*. Obtenido de http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/index.html

SUNAT. (2020). *SUNAT*. Obtenido de http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/despa-pg.02.htm

SUNAT. (2020). *Superintendencia Nacional de Administración Tributaria*. Obtenido de http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/index.html

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y Aduanas. (Octubre de 2020). *Concepto PDT - PLAME - SUNAT*. Obtenido de

https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/pdt-plame

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y Aduanas. (Octubre de 2020). *Régimen MYPE Tributario - SUNAT*. Obtenido de https://orientacion.sunat.gob.pe/images/nuevosinscritos/REMYPe.pdf

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y Aduanas. (26 de Octubre de 2020). *SUNAT*. Obtenido de http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias

Superintendencia Nacional de los Registros Públicos. (Octubre de 2020). Consulta Búsqueda y Reserva Razón Social. (M. G. Mori, Recopilador) Lima, Lima, Lima. Obtenido de https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/QgrcJHsHqfmdBvFWdfhJRMWbhqLRWWvLKqq

United States Census Bureau. (15 de setiembre de 2020). *United States Census Bureau*. Obtenido de https://www.census.gov/content/dam/Census/library/publications/2020/demo/p60-270.pdf

United States Census Bureau. (15 de setiembre de 2020). *United States Census Bureau*. Obtenido de https://www.census.gov/content/dam/Census/library/publications/2020/demo/p60-270.pdf

United States Census Bureau. (15 de setiembre de 2020). *United States Census Bureau*. Obtenido de https://www.census.gov/content/dam/Census/library/publications/2020/demo/p60-270.pdf

United States International Trade Commission. (2020). *United States International Trade Commission*. Obtenido de https://dataweb.usitc.gov/

World Economic Forum. (2020). *World Economic Forum*. Obtenido de https://www.weforum.org/agenda/2019/10/competitive-economies-world

ANEXOS

ANEXO 01: Formulario de Solicitud de Reserva de Nombre de Persona Jurídica

sunarp

ANEXO 1: FORMULARIO

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:

Yo, MITZI GLORIA RIOS MORI identificado con:

DNI° ☒ CIP ☐ CE ☐ OTROS _____ N° 70 69 25 22

en mi calidad de (titular ☐ socio ☒ abogado ☐ notario ☐ representante ☐) domiciliado en AAVV SAN FRANCISCO DE CAYRAN G-27 distrito de SAN MARTIN DE PORRES provincia de LIMA, ante Ud. con el debido respeto me presento y digo:

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA para:

Constitución ☒ **Modificación de Estatuto** ☐

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

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

NOMBRE COMPLETO DE LA PERSONA JURÍDICA OBLIGATORIO	NOMBRE ABREVIADO DE LA PERSONA JURÍDICA OPCIONAL
1. PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC	1.
2.	2.
3.	3.

TIPO DE PERSONA JURÍDICA: (Marque una opción)

☐ S.A ☐ ASOCIACIÓN ☐ S.R.L ☐ COMITÉ ☐ S. CIVIL

☒ S.A.C ☐ E.I.R.L ☐ COOPERATIVA ☐ OSB

☐ OTROS (precisar el tipo de persona jurídica) _____

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

RIOS MORI MITZI GLORIA	
ALCALDE APAESTEGUI LEONARDO	
RIOS RAMIREZ PATRICIA	

Lima, 13 de Octubre del 2020

Firma del Solicitante

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

PERÚ PROGRESO PARA TODOS

ANEXO 02: Solicitud de Registro de Marca de Producto/Servicio y/o Multiclase

PERÚ | Presidencia del Consejo de Ministros | INDECOPI

DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS
SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE

1. DATOS DEL SOLICITANTE [1] **N° de Solicitantes** (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el anexo A por cada solicitante adicional)

☐ **PERSONA NATURAL**	☒ **PERSONA JURÍDICA** **Tipo de empresa (*)** (marque de corresponder): ☐ Micro ☒ Pequeña ☐ Mediana ☐ Otra: _____
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución)	
PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC.	
Nacionalidad / País de Constitución:	**Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda):** **Persona Natural: DNI** ☐ **C.E.** ☐ **PASAPORTE** ☐ / **Persona Jurídicas RUC** ☒
PERÚ	20530234658
Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica):	
RIOS MOLINA GLORIA	
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú	
Dirección: Calle Cappa 121 Cercado del Callao	
Distrito: CALLAO **Provincia:** CALLAO **Departamento:** LIMA **Referencias de domicilio:** FAUCETT	
En caso de contar con el servicio de casilla electrónica, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en www.indecopi.gob.pe) De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a esta casilla.	**Número de teléfono fijo y/o celular**

2. INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (marcar la opción de corresponder):
(De tener el solicitante un documento de poder privado, se considerará como denominación del solicitante lo señalado en el encabezado del documento de poder; en caso de tener una partida registral, se tomará la denominación que consta en dicha partida)

☒ **Se adjunta documentación que acredita representación.**

☐ **Documentación que acredita representación ha sido presentada en el expediente N°:** 1234
(Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)

☒ **Bajo declaración jurada informo que la facultad de representación se encuentra inscrita ante Sunarp, en la Partida registral N°** 7-8910 **Asiento N°** 4567

3. PAGO DE TASA ADMINISTRATIVA (No llenar si adjunta voucher)

N° de comprobante 78123 Fecha de pago Noviembre 2020

4. PRIORIDAD EXTRANJERA (marcar la opción de corresponder):

☐ Marcar este recuadro si reivindica Prioridad Extranjera **(Llenar ANEXO C)**

5. INTERÉS REAL PARA OPOSICIÓN ANDINA (llenar sólo de ser el caso):

5.1 Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real de la oposición formulada en el(los) Expediente(s) N°	5.2 Clase(s)

(*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayor a las 150 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 150 U.I.T. ni mayor a las 1700 U.I.T y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 1700 U.I.T. ni mayor a las 2300 U.I.T

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800
E-mail: asesoriavirtualdsd@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

F-MAR-03/03

6. DATOS RELATIVOS A LA MARCA A REGISTRAR

6.1. Tipo de Marca:	6.2. En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA, escriba la denominación a solicitar	6.3. Reproducción del Signo
☐ **Denominativa** (compuesto sólo por palabras y/o números) ☐ **Denominativa con grafía** (compuesta por una o más palabras con un tipo de letra particular, con o sin color) ☒ **Mixta** (combinación de palabras y elementos gráficos) ☐ **Tridimensional** (constituida por envases u otras formas, vistas de todos sus ángulos) ☐ **Figurativa** (compuesta sólo por una o más figuras, con o sin colores) ☐ **Otros:** _____		**En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL, insertar la reproducción de la marca.** GINGERING PERU 100% ORGÁNICO Se sugiere enviar **copia fiel del mismo logotipo** al correo: logos-dsd@indecopi.gob.pe (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles) Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.

6.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca: SI ☒ NO ☐
(en caso de NO MARCAR alguna opción, y de contener el signo algún color, se protegerán éstos conforme aparecen en la reproducción adjuntada)

6.5. LISTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS (De solicitar una marca multiclase, deberá pagar una tasa de tramitación por cada clase en la que solicita el registro. Asimismo, es responsabilidad del usuario la correcta inclusión de los productos y/o servicios en la solicitud y su posterior verificación en la Gaceta electrónica del Indecopi)

Clase	**Productos y/o servicios** (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi))
30	Jengibre (especia)

De no ser suficiente el espacio anterior, indicar las clases, productos y/o servicios adicionales en el ANEXO B

7. FIRMA DEL SOLICITANTE O DEL REPRESENTANTE, DE SER EL CASO

Firma (conforme aparece en su documento de identidad)	Nombre y/o calidad del firmante
	MARIA GEORGINA MOSCOSO

IMPORTANTE: Toda información consignada en esta solicitud se considera cierta, en atención al Principio de presunción de veracidad reconocido en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, la misma que estará sujeta a fiscalización posterior.

EXAMEN DE FORMA: Dentro de los quince (15) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, la Dirección verificará si la misma cumple con todos los requisitos previstos en los artículos 50 y 51 del Decreto Legislativo 1075.
Si la solicitud contiene todos los requisitos, la Dirección emitirá la correspondiente orden de publicación.
PLAZO DEL PROCEDIMIENTO: 180 días hábiles contados desde el día siguiente de la presentación de la solicitud de registro.

En cumplimiento de lo dispuesto por la Ley N° 29733, Ley de protección de Datos Personales, le informamos que los datos personales que usted nos proporcione serán utilizados y/o tratados por el Indecopi (por sí mismo o a través de terceros), estricta y únicamente para administrar el sistema de promoción, registro y protección de derechos de propiedad intelectual (signos distintivos, invenciones y nuevas tecnologías, y derecho de autor) en sede administrativa, así como, de ser el caso, para las actividades vinculadas con el registro de usuarios del sistema de patentes, pudiendo ser incorporados en un banco de datos personales de titularidad del Indecopi.
Se informa que el Indecopi podría compartir y/o usar y/o almacenar y/o transferir su información a terceras personas, estrictamente con el objetivo de realizar las actividades antes mencionadas.
Usted podrá ejercer, cuando corresponda, sus derechos de información, acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos personales en cualquier momento, a través de las mesas de partes de las oficinas del Indecopi.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800
E-mail: asesoriavirtualdsd@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

F-MAR-03/03

ANEXO 03: Formato de Declaración Jurada para Licencia de Funcionamiento

FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

LEY Nº 28976 – Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificatorias

Versión: 01	Nº de expediente
Página: 1 de 2	Fecha de recepción:
	Nº de recibo de pago:

I MODALIDAD DEL TRAMITE QUE SOLICITA (marca más de una alternativa si corresponde)

Licencia de funcionamiento	Cambios o modificaciones	Otros
[X] Indeterminada [ ] Temporal	[ ] Modificación de área	[ ] Cese de actividades (Solo completar secciones I, II y III) Nº de licencia de funcionamiento .....
[ ] Licencia de funcionamiento más autorización de anuncio publicitario: Tipo de anuncio (especificar)	[ ] Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica (Solo completar secciones I, II y III)	[ ] Transferencia de Licencia de Funcionamiento (Solo completar secciones I, II y III y adjuntar copia simple de contrato de transferencia) Nº de licencia de funcionamiento .....
[ ] Licencia para cesionario	Indicar nueva denominación o nombre comercial	[ ] Otros (especificar) .....
[ ] Licencia para mercados de abastos, galerías comerciales y centros comerciales.		

II DATOS DEL SOLICITANTE

Apellidos y Nombres/ Razón social: RIOS MORI MITU GLORIA

Nº DNI / Nº C.E	Nº RUC	Nº Teléfono	Correo electrónico
70692522	20530234058		GINGERLING PERU@outlook.com

Dirección

Av./Jr./Ca./Pje./Otros	Nº/Int./Mz./Lt./Otros	Urb./AA.HH./Otros	Distrito y Provincia
CALLE CAPA 121	CERCADO DEL CALLAO	, CALLAO	

III DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO

Apellidos y Nombres	Nº DNI/Nº C.E.	Nº de partida electrónica y asiento de inscripción SUNARP (de corresponder)
RIOS MORI MITU GLORIA	70692522	78910

IV DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

Nombre comercial: PANADERIA ORGANIC GINGER SAC - GINGERLIN PERU

Código CIIU*	Giro/s*	Actividad	Zonificación
4630	COMERCIALIZACIÓN		

Dirección

Av./Jr./Ca./Pje./Otros	Nº/Int./Mz./Lt./Otros	Urb./AA.HH./Otros	Provincia
CALLE CAPA 121	CERCADO DEL CALLAO		

Autorización Sectorial (de corresponder)

Entidad que otorga autorización	Denominación de la autorización sectorial	Fecha de autorización	Número de autorización
–	–	–	

Area total solicitada (m²)	Croquis de ubicación

*Esta información es llenada por el representante de la municipalidad.

	FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO *LEY Nº 28976 – Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificatorias*	Versión: 01	Nº de expediente
		Página: 2 de 2	Fecha de recepción:
		Nº de recibo de pago:	

V DECLARACIÓN JURADA

Declaro (DE CORRESPONDER MARCA CON X)

Cuento con poder suficiente vigente para actuar como representante legal de la persona jurídica conductora (alternativa, de la persona natural que represento).	X
El establecimiento cumple con las condiciones de seguridad en edificaciones y me someto a la inspección técnica que corresponda en función al riesgo, de conformidad con la legislación aplicable.	X
El establecimiento cumple con la dotación reglamentaria de estacionamientos, de acuerdo con lo previsto en la ley.	X
Cuento con título profesional vigente y estoy habilitado por el colegio profesional correspondiente (en el caso de servicios relacionados con la salud).	

Tengo conocimiento de que la presente Declaración Jurada y documentación está sujeta a la fiscalización posterior. En caso de haber proporcionado información, documentos, formatos o declaraciones que no corresponden a la verdad, se me aplicarán la sanciones administrativas y penales correspondientes, declarándose la nulidad o revocatoria de la licencia o autorización otorgada. Asimismo, brindaré las facilidades necesarias para las acciones de control de la autoridad municipal competente.

Observaciones o comentarios del solicitante:

SE ADJUNTA COPIA SECTORIAL POES LA PARTE DE PRODUCCIÓN ES TERCERIZADA

Fecha: 20 SETIEMBRE 2020

Firma del solicitante/ Representante legal/ Apoderado

DNI: 40692522

Nombres y Apellidos: [illegible]

VI CALIFICACIÓN DE RIESGO (Para ser llenado por el calificador designado de la municipalidad)*

☐ ITSE Riego bajo ☐ ITSE Riesgo medio ☐ ITSE Riesgo alto ☐ ITSE Riesgo muy alto

Firma y sello del calificador municipal

Nombres y Apellidos:

*Esta información debe ser llenada por el representante de la municipalidad

INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO

Sección I: Marca con una "x" en la casilla según la modalidad del trámite que solicita, en caso de corresponder puede marcar más de una alternativa. De haber marcado "Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica" o "Cese de actividades", solo debe completar las secciones I, II y III. De haber marcado "Transferencia de Licencia de Funcionamiento", debe adjuntar una copia simple del contrato de transferencia y solo debe completar las secciones I, II y III.

Nota: *Si el establecimiento ya cuenta con una licencia de funcionamiento y el titular o un tercero va a realizar alguna de las actividades simultaneas y adicionales establecidas por el Ministerio de la producción mediante decreto Supremo Nº ..... 2017-PRODUCE, no corresponde utilizar este Formato sino el "Formato de Declaración Jurada para informar el desarrollo de actividades simultáneas y adicionales a la licencia de funcionamiento".*

Si el establecimiento ya cuenta con una licencia de funcionamiento, el titular puede realizar actividades de cajero corresponsal sin necesidad de solicitar una modificación, ampliación o nueva licencia de funcionamiento ni realizar ningún trámite adicional.

Sección II: en caso de persona natural, consignar los datos personales del solicitante. En caso de persona jurídica, consignar la razón social y el número de RUC.

Sección III: En caso de representación de personas naturales, adjuntar carta poder simple firmada por el apoderado indicando de manera obligatoria su número de documento de identidad. En casi de representación de personas jurídicas consignar los datos del representante legal, número de partida electrónica y asiento de inscripción en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP).

Sección IV: Consignar los datos del establecimiento, el tipo de actividad a desarrollar y la zonificación. Los campos correspondientes al "Código CIIU" y "Giro/s" son completados por el representante de la municipalidad.

Para aquellas actividades que, conforme al D.S. Nº 006-2013-PCM, requieran autorización sectorial previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento, consignar los datos de la autorización sectorial.

Consignar el área total para la que solicita la licencia de funcionamiento.

Consignar en el croquis la ubicación exacta del establecimiento.

Sección V: De corresponder, marca con una X.

Sección VI: Sección llenada por el calificador designado de la municipalidad.

	FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA INFORMAR EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES SIMULTANEAS Y ADICIONALES A LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO (Ley Nº 28976 - Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificatorias)	Versión: 01	Nº de expediente Fecha de recepción:

Con Licencia de Funcionamiento Nº 123456 otorgado con fecha 5 [illegible] 2020
se autorizó el desarrollo de la actividad EXPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN a
PERULIVAN ORGANIC GINGER SAC identificado (a) con DNI/
(Nombres y apellidos del titular o razón Social)
RUC Nº 20530234698

Declaro bajo juramento que:
En mi calidad de titular/representante legal de la licencia de funcionamiento informo que:

- Se ha iniciado el desarrollo de la actividad simultánea y adicional de :
  EXPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JENGIBRE CON PRODUCTO ORGANICO A ESTADOS UNIDOS
- Completar sólo en caso de cesionario::
  Esta actividad está siendo desarrollada por
  PERULIVAN ORGANIC GINGER SAC
  (Nombres y apellidos o Razón Social del cesionario)
  identificado (a) con DNI/RUC Nº 20530234698
- La actividad a realizar está de acuerdo con lo establecido por el Ministerio de la Producción mediante Decreto Supremo Nº 011-2017-PRODUCE y el suscrito garantiza, bajo responsabilidad, que no afecta las condiciones de seguridad del establecimiento.
- Tengo conocimiento que la presente Declaración Jurada está sujeta a fiscalización posterior. En caso de haber proporcionado información que no corresponde a la verdad, se me aplicarán las sanciones administrativas y penales correspondientes, declarándose la nulidad o revocatoria de la licencia o autorización otorgada. Asimismo, brindaré las facilidades necesarias para las acciones de control de la autoridad municipal competente.

Firma del titular/ representante legal
Nº DNI: 70657527

1 Artículo 3º de la ley Nº 28976 ley Marco de Licencia de Funcionamiento: No se requiere solicitar una modificación, ampliación o nueva licencia de funcionamiento, ni una licencia de funcionamiento para cesionarios, cuando el titular de una licencia de funcionamiento o un tercero cesionario, bajo responsabilidad de dicho titular, desarrolle alguna de las actividades simultáneas y adicionales que establezca el Ministerio de la Producción, siempre que no se afecten las condiciones de seguridad del establecimiento. Para ello, basta que el titular de la licencia de funcionamiento presente previamente a la Municipalidad una declaración jurada informando que se desarrollará dicha actividad y garantizando que no afectarán las condiciones de seguridad en el establecimiento. En caso un tercero cesionario vaya a desarrollar dicha actividad, el titular de la licencia de funcionamiento asume la responsabilidad respeto de las condiciones de seguridad en la totalidad del establecimiento y, sólo con fines informativos, incluye en su declaración jurada los datos generales del tercero cesionario y, de existir un contrato escrito, copia de dicho contrato.

ANEXO 04: Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad

DECLARACIÓN JURADA DE OBSERVANCIA DE CONDICIONES DE SEGURIDAD (Ley N° 28976)
DS N° 058-2014-PCM

Razón Social / Persona Natural _____

Ubicado en: _____

	El propietario y/o conductor del local o establecimiento declara bajo juramento lo siguiente:	SI	NO CORRESPONDE
1.0	ARQUITECTURA		
1.1	El ingreso y/o salida del local o establecimiento presenta un ancho libre mínimo de 0.90 m. la puerta no abre directamente sobre un desnivel ni invade la vía pública y las vías o rutas de evacuación se encuentran libres de obstáculos y objetos que pueden caer (estantes, anaqueles, espejos, mamparas de vidrio, elementos decorativos u otros).		
2.0	ESTRUCTURAS		
2.1	El local o establecimiento no presenta deterioro en sus elementos estructurales (techos, vigas, columnas y paredes).		
2.2	Si hubiera falso techo, este debe estar fijo o asegurado y no ser de material combustible (tecnopor, plástico y/o cartón).		
2.3	El local o establecimiento no presenta humedad en sus techos, paredes, pisos ni fugas en sus instalaciones sanitarias.		
3.0	INSTALACIONES ELÉCTRICAS		
3.1	El tablero eléctrico es de material no combustible (metal o resina), tiene interruptores termomagnéticos identificados y no utiliza llaves tipo cuchilla.		
3.2	El tablero eléctrico tiene interruptores diferenciales (para instalaciones nuevas a partir del 1 de julio del 2006).		
3.3	No se utiliza cable mellizo en instalaciones permanentes de alumbrado y/o tomacorriente. El cableado eléctrico se encuentran protegido mediante canaletas de tubos de PVC y las cajas de paso tienen tapa.		
3.4	Si el local o establecimiento cuenta con equipos y/o artefactos eléctricos (hornos microondas, congeladoras, exhibidores y similares) los enchufes deben tener tres espigas y los tomacorrientes deben contar con conexión al sistema de puesta a tierra. Los tomacorrientes se encuentran en buen estado y no se utiliza adaptadores múltiples. Si hubieran equipos y/o artefactos eléctricos (hornos microondas, congeladoras, exhibidores y similares), estos deben contar con sistema de puesta a tierra y con protocolo de medición de la resistencia menor a 25 ohmios.		
3.5	Los equipos de alumbrado (focos, fluorescentes, lámparas, etc) no presentan cables ni empalmes expuestos. Si cuenta con luces de emergencia (para locales o establecimientos que funcionan en horario nocturno) éstas se encuentran en buen estado y operativas.		
3.6	Los anuncios publicitarios con energía eléctrica no utilizan cables mellizos, tienen cableado adecuado y cuentan con conexión al sistema de puesto a tierra.		
4.0	SEGURIDAD Y PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS		
4.1	El local o establecimiento cuenta con señales de seguridad (direccionales de salida, zona segura en caso de sismo, riesgo Eléctrico y extintores.		
4.2	El local o establecimiento cuenta como mínimo un extintor de polvo químico seco de 6Kg o al menos un extintor por cada 50m2 de área. Los extintores se encuentran en buen estado, operativos y con carga vigente.		
4.3	Los objetos, materiales y/o productos están almacenados de forma adecuada y segura (evitando que se caigan) y sin obstruir las vías o rutas de evacuación.		
4.4	Las instalaciones de gas (GLP) que utilizan balones mayores a 25 Kg, tienen tuberías de cobre y están alejados de interruptores y toma corrientes. Los balones de gas se ubican en lugares ventilados y alejados de cualquier fuente de calor.		
4.5	Las campanas, filtros y ductos de extracción de humo (chimeneas) se encuentran libres de grasa y en buen estado de conservación y mantenimiento.		

PROPIETARIO: ( ) REPRESENTANTE LEGAL: ( ) CONDUCTOR/ADMINISTRADOR: ( )

NOMBRES Y APELLIDOS:

Firma

DECLARACIÓN JURADA - ITSE BÁSICA EX POST (HOJA DE REFERENCIA NORMATIVA)

RAZÓN SOCIAL PERSONA NATURAL..... UBICADO EN .....

ITEM	NORMA	SUSTENTO
1.0	ARQUITECTURA	
1.1	RNC V-I-6-2 V-1-2 III XIV-5 RNE A.010, E-040	RNC V-I-62 Puertas de escape.- Ancho y Altura.- "Toda apertura de escape requerida deberá ser de tamaño suficiente para permitir la instalación de una puerta con un ancho no menor de 90 cm, y con un alto no menor de 2.00...."/RNC V-I-2 Circulación. "En las circulaciones horizontales, verticales y escapes, no será permitida ninguna obstrucción, sea esta permanente o removible" /RNC III-XIV-5. Puertas.- "Las hojas de las puertas deben abrir hacia el exterior y estar colocadas de manera que al abrirse, no obstruyan ningún pasillo, escalera o descanso y tendrán los dispositivos necesarios que permitan su apertura con el simple empuje de las personas que salgan. Ninguna puerta abrirá directamente sobre un tramo de escalera sino a un descanso mínimo de un metro de ancho." /RNE, Norma A.010, Artículo 25.- Los pasajes para el tránsito de personas deberán cumplir con las siguientes características: a) Tendrán un ancho libre de mínimo calculado en función del número de ocupantes a los que sirven. b) Los pasajes que forman parte de una vía de evacuación carecerán de obstáculos en el ancho requerido, salvo que se trate de elementos de seguridad o cajas de paso de instalaciones ubicadas en las paredes, siempre que no reduzcan en más de 0.15 m el ancho requerido. El cálculo de los medios de evacuación se establece en la Norma A-130." RNE E-040 Art 23.- Vidrios de seguridad en locales de riesgos.- "La elección de un vidrio debe tener siempre las posibilidades consecuentes en caso de rotura. Los vidrios denominados de seguridad se llaman así porque en caso de rotura lo hacen en forma segura y/o minimizan las consecuencias en caso de accidentes_ Art23.1.- Área vidriada en riesgo.- Se considera toda aquella superficie que presenta por su posición, función o características del entorno de colocación una mayor exposición al impacto.
2.0	ESTRUCTURAS	
	Normas del RNC; E-060, E-080, E-102, E-090, normas del RNE: E-060, E-070, E-010, E-090, GE E-040 ART 9, ART 11	Art. 9 RNE G-040 - El uso de la edificación debe evitar la producción de humedad, salinidad, corrosión que puedan causar daños a las personas, a la propia edificación o a la de terceros, Art 11.GE-040 del RNE - Los ocupantes de la edificación tienen el deber de mantener en buenas condiciones su estructura, instalaciones, servicios, aspecto interno y externo, debiendo evitar su deterioro y la reducción de las condiciones de seguridad que pudieran generar peligro para las personas y sus bienes, RNC VII-11-8.2. Pautas mínimas para un mejor uso de la madera en construcción.- 2.1 Protección de material: Toda madera o material a base de madera deberá ser protegida de la lluvia, humedad del suelo u otras situaciones que puedan producir pudrición, defectos de secado posterior (como rajaduras, alabeos, etc.) y otros defectos que hagan al material inapropiado para la construcción RNC VII-II-6.12. Debida protección se dará a todos los elementos de acero expuestos que no sean galvanizados o de acero debidamente tratado.
	RNC VII-II-5.5.3 RNC V-II-7	RNC VIII-11.5. Requisitos para los elementos de Relleno Cierre. VIII-11-5.5.1.- Resistencia y estabilidad para resistir adecuadamente las cargas de gravedad (peso) cargas derivadas de acción sísmica Los elementos de relleno deberán tener refuerzos y anclajes suficientes para evitar desprendimiento de bloques de material de relleno bajo acción sísmica. VII-II-5.5.3 Resistencia adecuada al fuego según lo estipulado en el título V del RNC.
	RNE GE.040	Art. 12- Los desperdicios que se originan por el deterioro o mal uso de las instalaciones de servicios de las edificaciones deben ser reparadas tan pronto se adviertan los mismos, bajo responsabilidad de los ocupantes o propietarios.

DECLARACIÓN JURADA - ITSE BÁSICA EX POST (HOJA DE REFERENCIA NORMATIVA)

RAZÓN SOCIAL PERSONA NATURAL..... UBICADO EN .....

ITEM	NORMA	SUSTENTO
3.0	INSTALACIONES ELECTRICAS	
3.1	CNE V 4.7.3.1 3.5.1.3.2.1.20	2.1.20. Identificación de los Medios de Desconexión.- Cada medio de desconexión requerido por el presente. Tomo para motores y artefactos, y cada acometida, punto de origen del alimentador o circuitos derivados, deberán estar claramente marcados, indicando su uso a menos que este ubicado o dispuesto de tal manera que el propósito sea evidente. La identificación ser lo suficientemente resistente para soportar el efecto de las condiciones ambientales. 3.5.1.3 Protección de conductores.- Los conductores que no sean cordones ni conductores para aparatos deberán ser protegidos contra sobre corriente de acuerdo con sus capacidades de corriente especificados en las tablas 4-V y 4-VI. 4.7.3.1 Materiales.- Los gabinetes y cajas de desconexión deberán cumplir los siguientes requisitos: a).- Gabinetes y cajas de desconexión metálicas. Deberán estar protegidos interior y exteriormente contra la corrosión de acuerdo al inciso 4.1.1.6 y deberán ser aprobados para el uso. b).-Solidez. Los gabinetes y cajas serán diseñados de tal manera que se asegure una amplia resistencia y rigidez. Si son construidos con laminas de acero, el espesor del material será no menor que 1.59 MM (16MSG). C).- gabinetes no metálicos: deberán requerir de la aprobación previa para su instalación.
3.2	CNE U 020-132	Protección con Interruptores Diferenciales (ID) o interruptores de falla a Tierra (GFCI).- Toda instalación en la que se prevea o exista conectado equipo de utilización, debe contar con interruptor diferencial de no más de 30 mA de umbral de operación de corriente residual de conformidad con la regla 150-400; pero este no debe ser usado como sustituto del sistema de puesta a tierra
3.3	CNE V 4.3.2.6 4.1.1.4, 4.6.2.11	4.1.1.4 Protección contra daños materiales.- Los conductores deberán estar adecuadamente protegidos, cuando estén sujetos a daños materiales. 4.3.2.6. Prohibiciones.- Los conductores flexibles no deberán usarse: Como sustitutos del alambrado de una estructura. A través de orificios en paredes, techos pisos, a través de puertas, ventanas o aberturas similares. Cuando deban ir fijados a superficies de Edificaciones. Cuando deban ir ocultos dentro de paredes, techos o pisos de Edificaciones. 4.6.2.11 Tapas y cubiertas.- En instalaciones completas, cada caja de salida deberá tener una tapa, placa o cubierta de aparato.
3.4	CNE V 2.1.12, 3.1.1.6, 3.1.2.3.B, 58.13.13 CNE V 3.6.2, 3.6.9.3	2.1.12 Ejecución mecánica del trabajo, los equipos eléctricos deben ser instalados en forma limpia y de buen acabado. 3.1.1.6. Tomacorrientes y conectores: a) Tipos de puesta a tierra en los circuitos derivados de 10, 15 y 20A, para cocina, lavandería, baños, garajes y exteriores, se deberá instalar tomacorrientes del tipo de puesta a tierra. 3.1.2.3. Dispositivos de salidas.- Los dispositivos de salida deberán tener una capacidad no menor que la carga que sirven. b) Tomacorrientes. 5.6.13.3 Tomacorrientes, adaptadores, conectores de cordón y enchufes del tipo de puesta a tierra. a) Polo de tierra. Los tomacorrientes, conectores de cordón, adaptadores y enchufes del tipo de puesta a tierra, deberán estar provistos de un polo fijo adicional para puesta a tierra. 3.6.2 Generalidades.- Los conectores de circuitos y sistemas son conectados a tierra con el fin de limitar las sobre tensiones ocasionadas por rayos, descargas en líneas, o contactos no intencionales con líneas de tensiones mayores, y para estabilizar la tensión a tierra durante el funcionamiento normal. Los conductores de circuitos y sistemas son conectados sólidamente a tierra para facilitar el funcionamiento del dispositivo de protección contra sobre corriente en caso de fallas a tierra. 3.6.9.3. Resistencia de electrodos artificiales. "La resistencia de un electrodo prescrito en 3.6.9.1 ó 3.6.9.2, deberá ser a lo más 25 ohmios (Ω) cuando sea mayor se deberá conectar 2 o mas electrodos en paralelo, se recomienda que los electrodos sean probados periódicamente con el fin de determinar su resistencia".
3.5	CNE V 2.1.14.2, 5.8.2 7.1.1.3	12.1..14.2. Empalmes.- Todos los empalmes, uniones y extremos libres de los conductores deberán cubrirse con una aislación equivalente a la de los conductores o con un dispositivo aislante apropiado para el uso. 5.8.2. Partes Activas.- Los aparatos de alumbrado, portalámparas, lámparas, rosetas y tomacorrientes no deberán tener partes activas expuestas a menos que se encuentren a una altura no menor de 2.40 m sobre el piso. Los portalámparas, tomo corrientes e interruptores que tengan terminales expuestas accesibles no deberán instalarse en tapas ornamentales metálicas o en bases descubiertas de lámparas portátiles de mesa u de pie. 7.1.1.3 Pruebas y mantenimiento.- a) La Autoridad Competente deberá realizar o presenciar una prueba de sistema completo al ser instalado y posteriormente a intervalos periódicos de tiempo.
3.6	CNE V 4.1.14, 4.2.3, 4.3.2.6, 5.9.1.5	4.1.1.4. Protección contra daños materiales.- Los conductores deberán estar adecuadamente protegidos, cuando estén sujetos a daños materiales. 4.2.3.Tablas de Conductores a) Capacidad de corriente. Las Tablas 4-V Y 4-VI corresponden a las capacidades continuas máximas de corriente para conductores de cobre. b) Secciones. En las tablas de conductores se designan a estos por sus secciones nominales expresadas en mm2. 4.3.2.6. Prohibiciones.- Los conductores flexibles no deberán usarse: Como sustitutos del alambrado fijo de una estructura. A través de orificios en paredes, techos pisos. A través de puertas, ventanas o aberturas similares. Cuando deban ir fijos a superficies de Edificaciones. Cuando deban ir ocultas dento de paredes, techos o pisos de Edificaciones. 5.9.1.5. Puesta a tierra.- Los anuncios luminosos, canales, cajas terminales de tubos y otras estructuras metálicas deberán ser puestos a tierra en la forma especificada en 3.6.
4.0	SEGURIDAD Y PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS	
4.1	NTP 399.010-1:2004	Nom 15.1.- Señalización mínima que debe llevar una instalación.
4.2	NTP 350.043:2011	ITEM 6.2.5. Los extintores deben estar listos y operativos en su sistema de actuación, con su capacidad de carga que le corresponde así como estar ubicados en los lugares designados para actuar eficientemente ante una emergencia. ITEM 6.2.2 la distancia de recorrido a los extintores

ANEXO 05: Modelo de Contrato por Inicio de Actividad – PEQUEÑA EMPRESA

Conste por el presente documento el CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO FIJO SUJETO A MODALIDAD POR INICIO O INCREMENTO DE ACTIVIDAD – PEQUELA EMPRESA que celebran al amparo del Art. 57º de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. Nº 003-97-TR y normas complementarias de una parte de la empresa., con R.U.C. N° 20530234698 y domicilio fiscal Calle Cappa 121, Cercado del Callao, Callao, debidamente representada por la señora Mitzi Gloria Rios Mori D.N.I. N° 70692522, a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte el señor……; con D.N.I. N°…….., domiciliado en ……a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

CLÁUSULA PRIMERA: EL EMPLEADOR requiere cubrir las necesidades administrativas de la empresa.

CLÁUSULA SEGUNDA: Por el presente documento EL EMPLEADOR contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR quien desempeñará el cargo de ……, en relación con las causas objetivas señaladas en la cláusula anterior.

CLÁUSULA TERCERA: El plazo de duración del presente contrato es de seis meses, y rige desde el…… fecha en que debe empezar sus labores EL TRABAJADOR hasta el ……, fecha en que termina el contrato.

CLÁUSULA CUARTA: EL TRABAJADOR estará sujeto a un período de prueba de tres meses, la misma que inicia el …… y concluye el …….

CLÁUSULA QUINTA: Durante el desempeño de sus labores EL TRABAJADOR cumplirá la jornada de trabajo de lunes a viernes de 9:00 horas a 17:00 horas (con 1 hora de refrigerio) y sábados de 9:00 horas a 13:00 horas.

CLÁUSULA SEXTA: EL TRABAJADOR deberá cumplir con las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento interno de Trabajo y en las demás normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art. 9º de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. Nº 003-97-TR.

CLÁUSULA SÉPTIMA: EL TRABAJADOR percibirá por los servicios que preste en el cumplimiento del presente contrato una remuneración bruta mensual ascendente a la cantidad de……como remuneración mensual, menos las deducciones establecidas por ley. Además, EL TRABAJADOR tendrá derecho a percibir beneficios sociales regulados por el Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE, de acuerdo con el régimen aplicable a nuestra empresa.

CLÁUSULA OCTAVA: En el supuesto que EL TRABAJADOR decidiera poner término a la relación laboral emanada del presente documento, deberá comunicarlo por escrito a EL EMPLEADOR con una anterioridad a la fecha de cese, no menos a (30) días calendario.

CLÁUSULA NOVENA: Queda entendido que EL

EMPLEADOR no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme la cláusula tercera, oportunidad en la cual se abonara al TRABAJADOR los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo a ley.

CLÁUSULA DÉCIMA: EL TRABAJADOR se compromete a guardar secreto de toda información confidencial que llegue a su conocimiento relacionada con los negocios de EL EMPLEADOR, sus socios y/o sus clientes. Esta obligación subsistirá aún después de extinguida la relación laboral, sobre la base de principios elementales de derecho y ética.

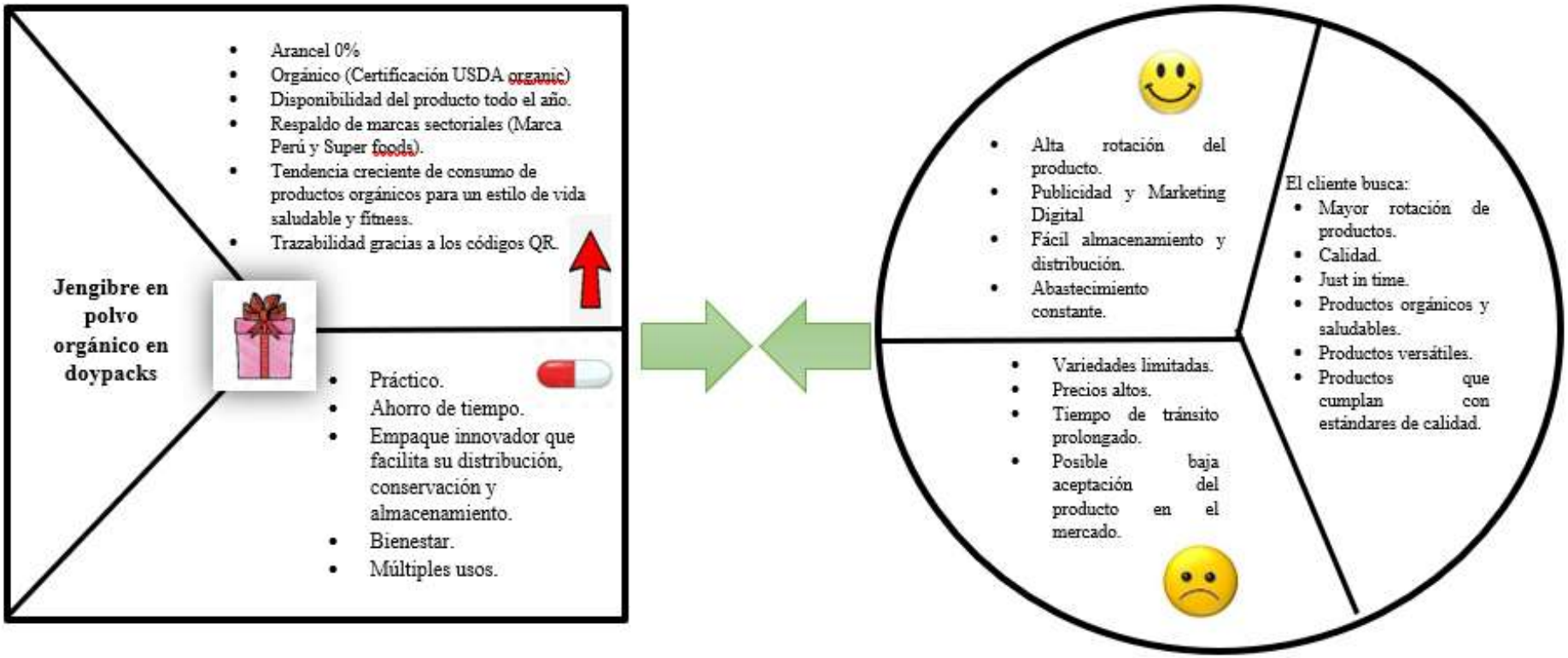
CLÁUSULA DÉCIMO PRIMERA: Este contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el TUO del D. Leg. Nº 728 aprobado por D. S. Nº 003-97-TR Ley de Productividad y Competitividad Laboral, y demás normas legales que lo regulen o que sean dictadas durante la vigencia del contrato. En señal de conformidad con todas las cláusulas del presente contrato suscriben este documento (3) ejemplares, el ……, para constancia de las partes y de la Autoridad Administrativa de Trabajo.

.....

.....

EL EMPLEADOR EL TRABAJADOR

ANEXO 06: Lienzo de la propuesta de valor – PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC



ANEXO 07: Declaración Jurada de Cumplimiento de Marco Legal para uso de las marcas sectoriales.

prom perú

DECLARACIÓN JURADA DE CUMPLIMIENTO DE MARCO LEGAL

Señores:
Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo
Presente -

Mediante la presente el suscrito, _____ *[Consignar nombres y apellidos del solicitante*[1]*]*, Representante Legal de *[Consignar la razón social en caso de ser persona jurídica]*, identificado con *[Consignar tipo de documento de identidad]* N° *[Consignar número de documento de identidad]*, declaro bajo juramento que:

1. Mi información (en caso que el solicitante sea persona natural) o la información de la persona jurídica que represento, presentada para obtener la licencia de uso de la *[Indicar Marca País Perú o el nombre de la marca sectorial, según lo consignado en la Solicitud de licencia de uso]* es veraz, al amparo del principio de presunción de veracidad establecido en la Ley Nº 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General y modificatorias, sujetándome a las responsabilidades civiles, penales y administrativas que correspondan, en caso se compruebe su falsedad mediante cualquier acción de verificación posterior, y tiene el carácter de declaración jurada para todo efecto legal.
2. Las actividades económicas que realizo (en caso que el solicitante sea persona natural) o que realiza la persona jurídica que represento, cumplen con el marco legal establecido en el Perú y/o en los lugares en los que opero(a) en el extranjero.
3. La persona jurídica que represento cumple con las normas laborales vigentes en el Perú y/o en los lugares en los que opera en el extranjero.
4. Cumplo (en caso que el solicitante sea persona natural) o que la persona jurídica que represento cumple con la normativa sanitaria y ambiental vigente en el Perú y/o en los lugares en los que opero(a) en el extranjero.
5. Los socios, principales directivos y representantes de la persona jurídica, así como el suscrito, no tienen sentencias judiciales condenatorias por delitos en el Perú ni en los lugares en los que opera(o) en el extranjero.
6. Cumplir con lo estipulado en el "Reglamento para el otorgamiento de licencias de uso de la Marca País Perú y las marcas sectoriales", y cualquier otra condición que establezca PROMPERÚ para regular el uso de la Marca País Perú y las marcas sectoriales usadas en co-branding con ella.
7. Ejecutar una política de mejora continua en las relaciones laborales con mis trabajadores (en caso que el solicitante sea persona jurídica), y en las relaciones con los clientes y proveedores, y de propender a mejorar la imagen del Perú y su desarrollo social, económico y su sostenibilidad ambiental.

Lima, *[Día]* de *[Mes]* de *[Año]*

_____
Firma, Nombres y Apellidos del solicitante[1]

DECLARACIÓN JURADA DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Señores:
Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo
Presente.-

Mediante la presente el suscrito, ... *[Consignar nombres y apellidos del solicitante[1]]*, Representante Legal de *[Consignar la razón social en caso de ser persona jurídica]*, identificado con *[Consignar tipo de documento de identidad]* N° *[Consignar número de documento de identidad]*, declaro bajo juramento que *[cuento/mi representada cuenta]* con todas las autorizaciones correspondientes a los derechos de Propiedad Intelectual con relación al *[producto/servicio] [Consignar el nombre del producto o servicio]* en el cual se utilizará la Marca País Perú.

Asimismo, que toda la información proporcionada en el presente documento es veraz, al amparo del principio de presunción de veracidad establecido en la Ley Nº 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General y modificatorias, sujetándome a las responsabilidades civiles, penales y administrativas que correspondan, en caso se compruebe su falsedad mediante cualquier acción de verificación posterior.

Lima, *[Día]* de *[Mes]* de *[Año]*

Firma, Nombres y Apellidos del solicitante[1]

[1] De la persona natural o del Representante Legal en caso de ser persona jurídica.

FO-OEP-GMA-004 V.01

ANEXO 08: Cotizaciones de Jengibre en polvo orgánico

Juan Torres 6 nov. 2020 15:44 (hace 7 días)
para mí, Pablo

Buenos dias Srta. Mitzi, un gusto saludarte.

Muchas gracias por su mensaje y por su interés en nuestros productos orgánicos certificados (8), superalimentos andinos y amazónicos.

Le brindo la cotización por las 2 toneladas de JENGIBRE ORGÁNICO EN POLVO BOLSA 5 KG, precio EXWORD 7.00 USD por kilo. Nuestra produccion es de 20 dias, después de la recepción de OC.

Gracias,

Esperamos atentos sus comentarios

Saludos cordiales

Atte

...
--

ECOANDINO
JUAN TORRES RODRIGUEZ
Asesor Comercial
Ecoandino Superfoods
Dpto. Ventas - Mcdo. Nacional
Cel: (51) 945846062
Tel: (01) - 2823736 anexo 100
Website: www.ecoandino.com
E-mail: ventalocal@ecoandino.com
Dirección: Calle Los Tapiceros 117 - Ate
15023 - Lima - Lima - Peru

El lun., 9 de nov. de 2020 a la(s) 10:59, Juan Torres (ventalocal@ecoandino.com) escribió:

Buenos dias Srta. Mitzi, un gusto saludarte.

- Tomando en cuenta que el costo es EXW, cuál es la ubicación de su planta.
Nuestra planta está ubicada en Concepción - Junín - Almacén de Tránsito: Ate - Lima
- ¿Ustedes también realizan el servicio de transporte? de ser positivo favor indicar el costo.
Si realizamos eni transporte, el costo va variar de acuerdo el destino.
- Si deseo colocar el jengibre en doypacks de 100 gr. Cuánto me costaría el servicio por realizarlo.
El costo de envasado en Doypacks de 100 gr más el producto (Jengibre orgánico en polvo), es de USD 1.80
- Nuestro proyectados son 4 a 5 tn mensuales.
Si contamos con la capacidad de producción de ello, el tiempo de entrega sería un promedio de 15 a 20 dias hábiles de ello. después de la recepción de la OC.

Gracias, esperamos atento sus comentarios

Saludos cordiales
Atte

--

ECOANDINO
JUAN TORRES RODRIGUEZ
Asesor Comercial
Ecoandino Superfoods
Dpto. Ventas - Mcdo. Nacional
Cel: (51) 945846062
Tel: (01) - 2823736 anexo 100
Website: www.ecoandino.com
E-mail: ventalocal@ecoandino.com
Dirección: Calle Los Tapiceros 117 - Ate
15023 - Lima - Lima - Peru

ANEXO 09: Cotizaciones de Jengibre en polvo orgánico

MADERERA RNP INVERSIONES
Experiencia certificada a su servicio

• MADERAS • PALLETS • TRIPLAY
• AGLOMERADO - OSB
• JABAS Y CAJAS DE MADERA
• TARIMAS PARA RACKS • PISO MACHIHEMBRADO
• REPARACIÓN DE PALLETS
• TRATAMIENTO TÉRMICO (SENASA)
• BAÑOS PROFILÁCTICOS (INSECTICIDA)
• ARTÍCULOS DE MERCHANDISING

Ate, 09 de noviembre del 2020

Señores
GLORIA RIOS
Lima.-

Estimados señores:

Por medio de la presente es grato saludarlos y enviarles nuestra oferta para la presente campaña de:

(20) Pallet Modelo Americano 1.00 x 1.20mt. con Tratamiento Térmico

Precio Unitario: S/. 37.50 + I.G.V.

ESPECIFICACIONES TECNICAS:

- Las Parihuelas serán fabricados en Madera oreada y cepillada. Se utilizara madera larga, lo cual nos permitirá seleccionar luego del aserrío y cepillado para asegurar la calidad.
- En la unión de los componentes se usaran clavos espiralados con punta de acero, con resina adhesiva, aplicados con pistolas neumáticas.
- Se aplicara el Tratamiento Térmico (Fitosanitario) según Norma Internacional NIMF 15 que consiste en aplicar una temperatura de 56ºC conforme a una curva especifica de tiempo/temperatura mediante la cual al centro de la madera alcance dicha temperatura durante un periodo de 30 minutos. Luego se realizara el marcado con nuestro código autorizado y aprobado por SENASA extendiéndose el Certificado respectivo para sus trámites correspondientes.

CONDICIONES DE VENTA:

Forma de Pago	:	Contado Adelantado.
Forma de Entrega	:	07 días, entrega parciales según programa de producción o solicitud.
Lugar de entrega	:	En nuestro almacén.
Orden de Compra	:	**MADERERA RNP INVERSIONES E.I.R.L. RUC 20509615884**
Validez de Oferta	:	10 días.

Sin otro particular, quedamos a la espera de sus gratas noticias.

Atentamente,

RICARDO NORIEGA
Cel.: 994-130-079 / 988-072-230

Telef: 349-2236 / 348-7091 M: 998-072-230 /RPM: 4545-999 / M: 975 456 823 /RPM:*742453 E: 994 -092-659 E: 994-130-079
Calle 2, MZ.H, Lote25 Los Claveles, Ate - Lima-Perú (Alt.Km.2.5 carretera central)
ventas@rnpinversiones.com / servicioalcliente@rnpinversiones.com / gerencia@rnpinversiones.com
www.rnpinversiones.com

Compañía Industrial Maderera
San Paulo s.a
Pallets de Exportación y Maderas

Lurín, 06 de noviembre del 2020

COTIZACION N.° 2020-133

Señores

Atención. – Mitzi Rios M.

Estimados señores:
Por medio de la presente nos es grato saludarlos y remitirles nuestra cotización por lo siguiente:

ITEM	CANT.	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
01	20	**PARIHUELA 1.00 x 1.20 MODELO AMERICANO** *07= 15mm x 90mm x 1.00* *03= 32mm x 85mm x 1.20* *03= 15mm x 85mm x 1.00* *Para Exportación* *Tipo de madera Pino Radiata* **PRECIOS NO INCLUYE IGV**	$ 10.95	$ 219.00

NO INCLUYE TRANSPORTE

- *Tiempo de entrega: 05 días a la orden de compra*
- *Tipo de moneda: Dólares Americanos*
- *Forma de pago: Contado*
- *Depósito en Cta. Cte.:* ***BCP cta. cte.194-2489394-1-02 M.E.***
  SCOTIABANK cta. cte. 000-3673777 M.E.

Se considera aceptada la cotización con la orden de compra

Sin otro particular y a la espera de sus gratas órdenes nos suscribimos de ustedes.

Nathaly Gonzales
ASISTENTE DE VENTAS

J&A INVERSIONES J&A 3 nov. 2020 18:16 (hace 7 días)

para mí

Estimada señorita Rios , el costo de cada parihuela es de S/ 40.00 + IGV, , se adjunta certificado protocolo para exportación con autorización de SENASA, pago contra entrega , no incluye movilidad
Atte.

Jorge Avila Medina
Gerente General
J&A Inversiones San Jorge S.R.L.
Telf. 511 3863242
Movil: 511 995063309

•••

En martes, 3 de noviembre de 2020 13:59:55 GMT-5, Mitzi Gloria Rios Mori <mriosmori@gmail.com> escribió:

Estimados buenas tardes:
Por medio de la presente, agradeceré su apoyo enviando cotización de pallets de madera tipo americana 1200 x 1000 certificada para exportación a los Estados Unidos.
La cantidad es 20 und por mes.

Quedo atenta a la tarifa.

Muy agradecida,
Gloria Rios.

ANEXO 10: Cotizaciones de Cajas de Cartón.

TRUPAL S.A.
PROFESIONALES DEL EMPAQUE

"Cómprale al Perú"

COTIZACIÓN FLEXO N° 2004843102

Señores :

Atención :

Fecha : 25.11.2020

Ejecutivo de Venta: Rosas Chávez Claudia Melissa

De nuestra consideración:
Por medio de la presente, nos es grato cotizarles el siguiente producto:

					Medidas Internas					
Item	Descripción	Tipo de Cartón	Cantidad	UM	Ancho	Largo	Altura	Tipo Caja	V.Vta. Unit	Importe Total
1	CAJA 40x60x50 402-C	402C	1,000.00	UND	40.00 cm	60.00 cm	50.00 cm	T001	4.4190	13,257.00
2	DIVISION 39.5X59.5 121-C	121C	1,000.00	UND	39.50 cm	59.50 cm		PLATAFORMA	0.4687	1,406.10
									Total Venta	S/. 14,663.10

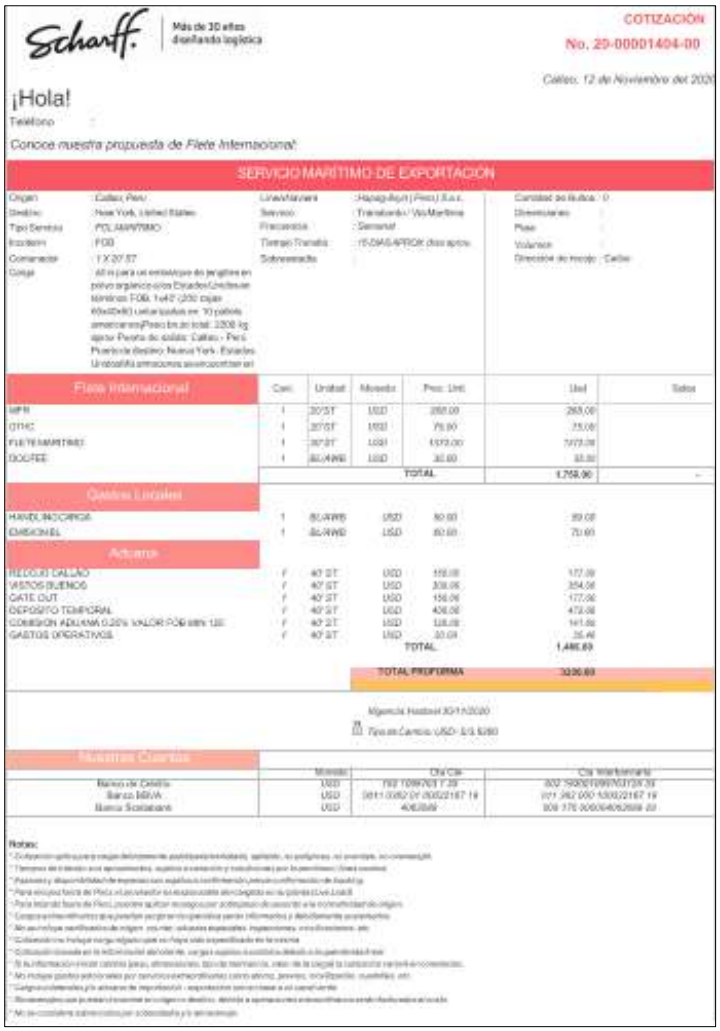
Forma de Pago : Pago Adelantado al 100%
Lugar de Entrega :
Tiempo de Entrega :
Vigencia Cotización : 25-12-2020
Tolerancia Entrega : ± 0% (EXACTO)
Observaciones :
Pedido mínimo :

CONDICIONES DE VENTA:
- Cualquier variación de las cantidades o características de esta proforma está sujeta a una nueva cotización.
- El trámite de venta al crédito está sujeto a la aprobación de la línea respectiva por parte de nuestro departamento de Créditos.
- El valor de venta no incluye IGV.

A la espera de vuestra pronta comunicación, quedamos de Uds.

GERENCIA COMERCIAL

ANEXO 11: Cotizaciones de Agentes de Carga.



Scharff. | Más de 30 años diseñando logística

COTIZACIÓN

No. 20-00001404-00

Callao, 12 de Noviembre del 2020

¡Hola!

Teléfono :

Conoce nuestra propuesta de Flete Internacional:

SERVICIO MARITIMO DE EXPORTACION

Origen	: Callao, Perú	Línea Naviera	: Hapag-Lloyd (Perú) S.a.c.	Cantidad de Bultos	: 0
Destino	: New York, United States	Servicio	: Transbordo / Vía Marítima	Dimensiones	:
Tipo Servicio	: FCL MARITIMO	Frecuencia	: Semanal	Peso	:
Incoterm	: FOB	Tiempo Transito	: 15 DIAS APROX. dos apros.	Volumen	:
Contenedor	: 1 X 20 ST	Sobreestadía		Dirección de recojo	: Callao
Carga	: All is para un embarque de jengibre en polvo orgánico a los Estados Unidos en términos FOB, 1x40' (200 cajas 40x60x80) colocadas en 10 pallets americanos/Peso bruto total: 2200 kg aprox Puerto de salida: Callao - Perú Puerto de destino: Nueva York - Estados Unidos/Las mercaderías serán cortadas en				

Flete Internacional	Can.	Unidad	Moneda	Pres. Unit.	Total	Saldo
BPR	1	20'ST	USD	265.00	265.00	
OTHC	1	20'ST	USD	75.00	75.00	
FLETE MARITIMO	1	20'ST	USD	1,573.00	1,573.00	
DOCFEE	1	BL/AWB	USD	30.00	30.00	
				TOTAL	1,753.00	-
Gastos Locales						
HANDLING CARGO	1	BL/AWB	USD	80.00	80.00	
EMISION BL	1	BL/AWB	USD	80.00	70.00	
Adicional						
RECOJO DALIÁN	1	40'ST	USD	150.00	177.00	
VISTOS BUENOS	1	40'ST	USD	300.00	354.00	
GATE OUT	1	40'ST	USD	150.00	177.00	
DEPOSITO TEMPORAL	1	40'ST	USD	400.00	472.00	
COMISION ADUANA 0.25% VALOR FOB MIN 120	1	40'ST	USD	120.00	141.60	
GASTOS OPERATIVOS	1	40'ST	USD	30.00	35.40	
				TOTAL	1,486.80	
				TOTAL PROFORMA	3,239.80	

Vigencia hasta el 30/11/2020

Tipo de Cambio USD= S/3.5280

Nuestras Cuentas	Moneda	Cta Cte	Cta Interbancaria
Banco de Crédito	USD	192 1098703 1 39	002 19309109870312139
Banco BBVA	USD	0011-0352-01-0002167-19	011-352-000-1300021671-19
Banco Scotiabank	USD	4408849	009-176-0000408492009-20

Notas:

SAVINO DEL BENE®
Global Logistics and Forwarding Company

OFICINA	Savino Del Bene Perú Sac Lima Av. Tomas Marsano No. 2306 Urb. La Aurora, Miraflores 15048 Lima Peru

Oferta de Ventas: SDBADSP007805

Ocean FCL/FCL Door-to-Port

EMITIDO EL	23-nov-2020	VALIDEZ	23-nov-2020 - 31-dic-2020

CLIENTE

DIRECCIÓN	AV. JORGE BASADRE NRO. 310 DPTO. 501 LIMA - LIMA - SAN ISIDRO LIMA Peru
CONTACTO	Eduardo Chavez

PAÍS DE ORIGEN	PAÍS DE DESTINO
PERU	**UNITED STATES**
PECLL - Callao	**USNYC - New York**

LUGAR DE ORIGEN	CALLE CAPA, FAUCETT , CALLAO
INCOTERMS	Cost, insurance and freight [CIF]
TIPO DE SERVICIO	Door-to-Port
SERVICIO	Transhipment Service
MERCANCÍA	Jengibre en Polvo Orgánico

DÍAS DE TRÁNSITO ESTIMADO	22
FRECUENCIA DE EMBARQUE	SEMANALES
FORMA DE PAGO	As Agreed
FORMA DE PAGO DE IVAS Y ARRANCELES	In Advance

Detalles de la carga

Container Size	Container Type	Cantidad	Notas
20 ft	Box General Purpose	1	CONTENEDOR A1

Detalle de la Oferta

Descripción	Unidad	Cantidad	Importe Unitario	Importe Total
FLETE MARITIMO		1	1.590,00 USD	1.590,00 USD
HANDLING	USD 50 + IGV	1	59,00 USD	59,00 USD
SERVICIO LOGISTICO INTEGRAL	USD 1240 + IGV	1	1.463,20 USD	1.463,20 USD
				Total
				3.112,20 USD

Notas

INCLUYE:
Gate Out
Visto Buenos de exportación.
Trámite documentario
Precinto de línea y 01 de agencia de aduana
Comisión y Gastos de Agencia por despacho o DUA
Movilización de contenedor y Cuadrilla/Montacarga para Inspección Senasa en puerto.
Servicio de almacenaje : 7 días libres
Servicio de Transporte ida/vuelta planta del cliente desde el almacén del exportador hasta puerto.

1/2 SDBADSP007805

ANEXO 12: Contrato de Compra Venta Internacional.

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercadería que suscriben de una parte: **PERUVIAN ORGANIC GINGER SAC** empresa constituida bajo las leyes de la República peruana, debidamente representada por su Gerente General **MITZI GLORIA RIOS MORI** con Documento Nacional de Identidad N° 70692522, domiciliado en su Oficina principal ubicado en **CALLE CAPPA 121, CERCADO DEL CALLAO, CALLAO**, a quien en adelante se denominará EL VENDEDOR y, de otra parte, **FORGIONE ASSOCIATES INC**, debidamente representado por su Gerente General **MATTHEW SMITH**, y señalando domicilio en **73-11 GRAND AVE MASPETH, NEW YORK 11378**, a quien en adelante se denominará EL COMPRADOR, que acuerdan en los siguientes términos:

GENERALIDADES

CLÁUSULA PRIMERA:

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

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

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

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

b) En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.

1.3. Cualquier referencia que se haga a términos del comercio (Como FOB, CIF, EXW, FCA, etc.) estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.

1.4. Cualquier referencia que se haga a la publicación de la Cámara de Comercio Internacional, se entenderá como hecha a su versión actual al momento de la conclusión del contrato.

1.5. Ninguna modificación hecha a este contrato se considerará valida sin el acuerdo por escrito entre las Partes.

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

2.1. Es acordado por las Partes que EL VENDEDOR venderá los siguientes productos: jengibre orgánico en polvo en doypacks de 100 gr, y EL COMPRADOR pagará el precio de dichos productos de conformidad con el contrato de compra venta internacional.

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

PLAZO DE ENTREGA

CLAUSULA TERECERA:

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

PRECIO

CLÁUSULA CUARTA:

Las partes acuerdan el precio FOB de $4.24 por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador en 13/11/2019.

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

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

CONDICIONES DE PAGO

CLÁUSULA QUINTA:

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

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

INTERES EN CASO DE PAGO RETRASADO

CLÁUSULA SEXTA:

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

RETENCION DE DOCUMENTOS

CLÁUSULA SÉPTIMA:

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

TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

CLÁUSULA OCTAVA:

El Incoterm con el cuál trabajará el presente acuerdo es FOB (free on board). EL VENDEDOR tendrá que solventar todos los gastos hasta entregar la mercadería a bordo del buque: operaciones de verificación (comprobar la calidad, medida, peso, recuento), embalaje, marcado, maniobras, cargas, descargas, trámites aduaneros de exportación, manejos en el puerto y carga al barco. Asimismo, asumir gastos del agente de aduana.

RETRASO DE ENVIOS

CLÁUSULA NOVENA:

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

INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS

CLÁUSULA DÉCIMA:

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

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

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

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

a). Reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún costo adicional para el comparador.

b). Reintegrar a EL COMPRADOR el precio pagado por los productos sujetos a inconformidad.

COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES

CLÁUSULA DÉCIMO PRIMERA:

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

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

CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR

CLÁUSULA DÉCIMO SEGUNDA:

No se aplicará ningún cargo por terminación ni a EL VENDEDOR ni a EL COMPRADOR, ni tampoco ninguna de las partes será responsable, si el presente acuerdo se ve forzado a cancelarse debido a circunstancias que razonablemente se consideren fuera de control de una de las partes. La parte afectada por tales circunstancias deberá notificar inmediatamente a la otra parte.

RESOLUCIÓN DE CONTROVERCIAS

CLÁUSULA DÉCIMO TERCERA:

A menos que se estipule de otra forma por escrito, todas las disputas surgidas en conexión con el presente contrato deberán ser finalmente resueltas por la LEY GENERAL DE ARBITRAJE N° 26572 y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes de El Centro Internacional de Arbitraje de la Cámara de Comercio Americana del Perú (AmCham Perú) a las cuales las partes por este medio nominan excepto que una parte deseara buscar un procedimiento arbitral en concordancia con las reglas de arbitraje de El Centro Internacional de Arbitraje de la Cámara de Comercio Americana del Perú (AmCham Perú)

por uno o más árbitros nombrados de conformidad con dichas reglas.

ENCABEZADOS

CLÁUSULA DÉCIMO CUARTA:

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

NOTIFICACIONES

CLÁUSULA DÉCIMO QUINTA:

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

ACUERDO INTEGRAL

CLÁUSULA DÉCIMO SEXTA:

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

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

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de LIMA a los 13 días del mes de noviembre del 2020.

……	**……**
EL VENDEDOR	**EL COMPRADOR**