



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

**EXPORTACIÓN DE AGUAYMANTO LIOFILIZADO EN
PRESENTACIÓN DE SNACK AL MERCADO DE BERLÍN,
ALEMANIA**

**PRESENTADO POR
JHENNYFER CRISTINA CORDOVA CAIRAMPOMA**

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

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

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

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



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

**“EXPORTACIÓN DE AGUAYMANTO LIOFILIZADO EN
PRESENTACIÓN DE SNACK AL MERCADO DE BERLÍN, ALEMANIA”**

**PRESENTADO POR:
BACHILLER: JHENNYFER CRISTINA CORDOVA CAIRAMPOMA**

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

LIMA - PERÚ

2020

DEDICATORIA

El presente plan de negocio está dedicado a mis padres y hermanos, por el apoyo incondicional que me brindan en el desarrollo de mi vida profesional y personal.

AGRADECIMIENTO

Al concluir una etapa de mi vida, me permito extender un agradecimiento a las personas que hicieron posible lograr este objetivo, a las personas que me guiaron y fueron mi inspiración, motivación y fortaleza. Este agradecimiento en especial a mi padre Hernán Córdova, mi madre Norma Cairampoma, mis hermanos y mis amigas.

Mi gratitud también a la Universidad de San Martín de Porres por haberme aceptado ser parte de ella e impartirme los conocimientos. A las personas que participaron de manera directa e indirecta en la elaboración del presente Plan de Negocios.

Índice de Contenido

RESUMEN EJECUTIVO	12
I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN	14
II. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	16
2.1. Nombre o razón social.....	16
2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU).....	20
2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial	22
2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha	24
2.4.1. Misión:	24
2.4.2. Visión:.....	25
2.4.3. Objetivo General:.....	25
2.4.4. Objetivos Estratégicos:.....	25
2.4.5. Valores:	26
2.4.6. Principios:.....	26
2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características.	27
2.6. Estructura Orgánica.....	29
2.7. Cuadro de asignación de personal.	32
2.8. Forma Jurídica Empresarial	35
2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI.....	36
2.10. Requisitos y Trámites Municipales	43
2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC Modalidades	47
2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).....	50
2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.	53
2.14. Modalidades de Contratos Laborales	55
2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.	58
III. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL	63
3.1. Descripción del producto	63
3.1.1. Clasificación arancelaria	67
3.1.2. Propuesta de valor	69
3.1.3. Ficha técnica comercial.....	70
3.2. Investigación del Mercado de Objetivo.....	71
3.2.1. Segmentación de mercado objetivo	72
3.2.2. Tendencias de consumo	82
3.3. Análisis de la oferta y la demanda.....	86

3.3.1. Análisis de la oferta.....	86
3.3.2. Análisis de la demanda.....	96
3.4. Estrategias de Ventas y Distribución.....	103
3.4.1. Estrategias de segmentación.....	103
3.4.2. Estrategias de posicionamiento.....	104
3.4.3. Estrategias de distribución.....	107
3.5. Estrategias de Promoción.....	108
3.6. Tamaño de planta. Factores condicionantes.....	110
IV. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL.....	111
4.1. Envases, empaques y embalajes.....	111
4.1.1. Envase.....	111
4.1.2. Empaque.....	115
4.1.3. Embalaje.....	117
4.2. Diseño del rotulado y marcado.....	119
4.2.1. Diseño del rotulado.....	119
4.2.2. Diseño del marcado.....	121
4.3. Unitarización y cubicaje de la carga.....	122
4.4. Cadena de DFI de exportación.....	130
4.5. Seguro de las mercancías.....	139
V. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL.....	141
5.1. Fijación de precios.....	141
5.1.1. Costos y precio.....	142
5.1.2. Cotización internacional.....	158
5.2. Contrato de compra venta internacional y sus documentos.....	160
5.3. Elección y aplicación del Incoterm.....	162
5.4. Determinación del medio de pago y cobro.....	164
5.5. Elección del régimen de exportación.....	170
5.6. Gestión aduanera del comercio internacional.....	171
5.7. Gestión de las operaciones de exportación: Flujo grama.....	174
5.8. Gestión de las operaciones de producción del bien o servicio a ejecutar: Flujo Grama.....	177
VI. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO.....	178
6.1. Inversión Fija.....	178
6.1.1. Activos tangibles.....	178
6.1.2. Activos intangibles.....	179
6.2. Capital de Trabajo.....	180
6.3. Inversión Total.....	183

6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento.....	184
6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito	186
6.6. Presupuesto de costos	187
6.7. Punto de Equilibrio	189
6.8. Tributación de la exportación	190
6.9. Presupuesto de ingresos.....	191
6.10. Presupuesto de egresos.....	194
6.11. Flujo de caja proyectado	196
6.11.1. Flujo de Caja Económico	197
6.11.2. Flujo de Caja Financiero	198
6.12. Estado de Ganancias y Pérdida	199
6.13. Evaluación de la Inversión.....	201
6.13.1. Evaluación Económica.....	201
6.13.2. Evaluación Financiera.....	202
6.13.3. Evaluación social	204
6.13.4. Impacto ambiental.....	204
6.14. Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo.....	205
6.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio	208
VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	210
7.1. Conclusiones.....	210
7.2. Recomendaciones.....	211
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	213
ANEXOS	222

Índice de Tablas

Tabla 1. Determinación del nombre de la marca del producto:	17
Tabla 2. Clasificación CIIU	21
Tabla 3. Distritos para ubicar el Negocio.....	22
Tabla 4. Factores Relevantes para localización de la empresa	22
Tabla 5. Características del local comercial	24
Tabla 6. Características de la Micro y Pequeña Empresa.....	28
Tabla 7. Asignación Personal en régimen especial MYPE.....	33
Tabla 8. Cuadro de remuneración de Servicio Externo - Contabilidad.....	34
Tabla 9. Clases de sociedades establecidas en nuestra Ley General de Sociedades (Ley N° 26887).....	35
Tabla 10. Valor de la Licencia	46
Tabla 11. Características del Régimen MYPE Tributario – RMT.....	49
Tabla 12. Componentes de la Planilla Electrónica	50
Tabla 13. Categorías de la Planilla Electrónica	52
Tabla 14. Cuadro comparativo de Beneficios laborales de los Regímenes Laborales.....	53
Tabla 15. Clases de contratos de trabajo	56
Tabla 16. Detalle de Clases de Contrato – Peruvian Berries SAC.....	56
Tabla 17. Detalle - Clasificación arancelaria en Origen Perú	67
Tabla 18. Desarrollo del Lienzo de la Propuesta de Valor	69
Tabla 19. Ficha Técnica Comercial	70
Tabla 20. Países Importadores del producto del S.A 0813.40 al 2019.....	72
Tabla 21. Datos Demográficos y Económicos de los principales países importadores del S.A 0813.40 al 2019	73
Tabla 22. Selección del País objetivo.....	73
Tabla 23. Variables Geopolíticas y Económicas de Alemania	75
Tabla 24. Crecimiento de la Población de Berlín.....	77
Tabla 25. Detalle de la Población de Berlín	78
Tabla 26. Población de los Distritos Administrativos de Berlín.....	78
Tabla 27. Esperanza de Vida	79
Tabla 28. Distribución de la población por Edades	79
Tabla 29. Principales marcas del Sector de Alimentos deshidratados	81
Tabla 30. Ranking - <i>Doing Business</i> 2019	82
Tabla 31. Importaciones totales de Alemania de frutas deshidratadas del 2016 al 2018 (en miles de dólares).....	83
Tabla 32. Superficie cosechada, producción, rendimiento y precio en chacra de los cultivos que fueron monitoreados por DGESEP - 2017	87
Tabla 33. Países Exportadores de la P.A. 0813.40 en la región (En Miles de Dólares).....	89
Tabla 34. Países Exportadores de la P.A. 0813.40 en la región (En Toneladas). ..	89
Tabla 35. Empresas Peruanas Exportadoras de la P.A 0813.40	90
Tabla 36. Principales Mercados de la Exportación peruana de la P.A. 0813.40 ..	90
Tabla 37. Países Exportadores de la P.A. 0813.40 hacia Alemania	91
Tabla 38. Empresas Peruanas Exportadoras de la P.A. 0813.40 hacia Alemania ..	92
Tabla 39. Oferta de la P.A. 0813.40 en Perú.....	93
Tabla 40. Información Histórica de la P.A. 0813.40 de Perú	93

Tabla 41. Tabulación de datos por empleo de fórmulas de mínimos cuadrados..	95
Tabla 42. Países Importadores de la P.A. 0813.40	98
Tabla 43. Cálculo de la Demanda Aparente.....	99
Tabla 44. Estimado de la población que será demanda potencial de Berlín	101
Tabla 45. Estimado de la demanda futura de frutas secas o deshidratadas en Berlín	102
Tabla 46. Método del Desglose.....	103
Tabla 47. Marcas de Snack Saludables - Alemania	105
Tabla 48. Herramientas de promoción al consumidor final	109
Tabla 49. Dimensiones del Envase	115
Tabla 50. Medidas del cartón corrugado	116
Tabla 51. Dimensiones y medidas de los envases por Caja	117
Tabla 52. Características del Rotulado	120
Tabla 53. Características del Mercado.....	121
Tabla 54. Medidas del pallet Europeo o Europalet.....	124
Tabla 55. Medidas y Características del Paletizado.....	126
Tabla 56. Pesos por Pallet	127
Tabla 57. Medidas del Contenedor de 20STD	128
Tabla 58. Pesos del contenedor de 20STD.....	129
Tabla 59. Proyección de envío de mercancía por año	130
Tabla 60. Selección del proveedor empleando criterios.....	133
Tabla 61. Selección del Agente de Carga	135
Tabla 62. Selección del Agente de Aduana	137
Tabla 63. Comparación de precios – Snacks de fruta liofilizada en Alemania ...	141
Tabla 64. Costos Administrativos - Costo Anual del Personal Administrativo ...	144
Tabla 65. Costos de Producción	144
Tabla 66. Gastos Indirectos.....	145
Tabla 67. Costo de Alquiler de Local por metro cuadrado	145
Tabla 68. Gastos Administrativos (Servicio tercero).....	146
Tabla 69. Costos de Gestión	147
Tabla 70. Costo de Producto tercerizado	147
Tabla 71. Materiales Indirectos	148
Tabla 72. Gastos útiles de Oficina.....	148
Tabla 73. Gastos de Promoción y Ventas	149
Tabla 74. Costos logísticos	149
Tabla 75. Costos Fijos.....	150
Tabla 76. Costos Variable	151
Tabla 77. Costos Totales	151
Tabla 78. Proyección de Costos considerando la Tasa INEX	152
Tabla 79. Inflación Neto para exportación (INEX)	153
Tabla 80. Proyección de Costos considerando la Tasa de crecimiento	155
Tabla 81. Estructura de costos – Incoterm FCA Callao.....	155
Tabla 82. Estructura de costos - Incoterm CIF Hamburgo.	156
Tabla 83. Información para el Contrato de Compra - Venta Internacional PERUVIAN BERRIES SAC.....	160
Tabla 84. Activos Tangibles	178
Tabla 85. Activos Intangibles.....	179
Tabla 86. Capital de Trabajo	181
Tabla 87. Inversión Total.....	183
Tabla 88. Inversión Total.....	185

Tabla 89. Amortización de la Deuda	185
Tabla 90. Créditos - Capital de trabajo para Pequeñas Empresas (Moneda Nacional)	186
Tabla 91. Condiciones de Crédito	187
Tabla 92. Costos Fijos.....	188
Tabla 93. Costos Variables	188
Tabla 94. Costos Totales	188
Tabla 95. Desglose de los Costos Totales	189
Tabla 96. Punto de Equilibrio	190
Tabla 97. Cantidad Proyectada de Venta – Año 1	191
Tabla 98. Cantidad Proyectada de Venta – Por meses.....	192
Tabla 99. Ingresos Operativos Anuales – 5 años.....	193
Tabla 100. Precios	193
Tabla 101. Saldo a Favor del Exportador – Proyectado.....	194
Tabla 102. Presupuesto proyectado de costos fijos	195
Tabla 103. Presupuesto proyectado de costos variables	196
Tabla 104. Flujo de Caja Económico.....	197
Tabla 105. Flujo de Caja Financiero.....	198
Tabla 106. Depreciación Contable Lineal.....	199
Tabla 107. Amortización Intangible	200
Tabla 108. Estado de Ganancias y Pérdidas.	200
Tabla 109. Cálculo del Costo de Oportunidad de Capital.....	206
Tabla 110. Cálculo del Costo promedio ponderado de capital	207
Tabla 111. Análisis de Sensibilidad de Tipo de Cambio.....	209

Índice de Figuras

Figura 1. Logo de la Marca	17
Figura 2. Pasos para constituir una empresa o sociedad.....	18
Figura 3. Búsqueda de la Razón Social en SUNARP	19
Figura 4. Reserva de Nombre - SUNARP	20
Figura 5. Clasificación del CIU	21
Figura 6. Localización del local comercial	24
Figura 7. Organigrama	30
Figura 8. Procedimiento de registro de Marca.....	41
Figura 9. Requisitos Necesarios para la Inscripción al RUC	48
Figura 10. Requisitos Adicionales para la Inscripción al RUC.....	48
Figura 11. Sujetos comprendidos en la Planilla Electrónica	51
Figura 12. Elementos esenciales de los contratos	55
Figura 13. Características del Contrato.....	58
Figura 14. Valor Nutricional del Aguaymanto	64
Figura 15. Distribución Geográfica	65
Figura 16. Disponibilidad Estacionaria	65
Figura 17. Sistema Armonizado – Alemania	68
Figura 18. Mapa de Alemania	76
Figura 19. Mapa de Berlín	77
Figura 20. Gastos en consumo privado en porcentaje.....	82
Figura 21. Información Histórica de la Oferta de la P.A. 0813.40.....	94
Figura 22. Información proyectada de la Oferta de la P.A. 0813.40.....	96
Figura 23. Proyección de la demanda futura de frutas secas o deshidratadas en Berlín.....	102
Figura 24. Mapa de posicionamiento de Inka Berry (Supuesto).....	106
Figura 25. Canal de Distribución	107
Figura 26. Maquetación de las oficinas y Almacén – Ate	110
Figura 27. Factores Condicionantes.....	110
Figura 28. Pasos para el registro del envase.....	112
Figura 29. Esquema de pasos para el registro del envase	113
Figura 30. Logo y eslogan de la Marca	114
Figura 31. Envase del producto.....	115
Figura 32. Tipo de cartón corrugado	116
Figura 33. Caja de cartón corrugado.....	117
Figura 34. Embalajes	118
Figura 35. Características del Pallet Europeo	119
Figura 36. Rotulado del Envase	120
Figura 37. Diseño de Marcado de Caja de Cartón Corrugado	122
Figura 38. Características del pallet europeo o Europalet.....	124
Figura 39. Distribución de las cajas en el Europalet.....	125
Figura 40. Paletización de la Carga – Peruvian Berries SAC.....	126
Figura 41. Contenerización en un contenedor 20 STD – Peruvian Berries SAC.....	129
Figura 42. Distribución Física Internacional	131
Figura 43. Incoterm FCA 2020	132
Figura 44. Distribución de la mercancía.....	132
Figura 45. Emisión de Declaración Jurada de Origen - VUCE	138
Figura 46. Emisión de Certificado de Origen - VUCE.....	139
Figura 47. Elementos el Seguro	140

Figura 48. Cotización Internacional	159
Figura 49. Factura Comercial de Exportación – PERUVIAN BERRIES SAC.....	162
Figura 50. Obligaciones del Comprador y Vendedor.....	163
Figura 51. Obligaciones del Comprador y Vendedor.....	164
Figura 52. Flujo de la Carta de Crédito	169
Figura 53. Flujograma de la Exportación Definitiva	174
Figura 54. Flujograma del proceso de Exportación de la Empresa PERUVIAN BERRIES SAC.	175
Figura 55. Flujograma del Proceso productivo	177

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios consiste en la exportación de aguaymanto liofilizado en presentación de *snack* al mercado de Berlín, Alemania. Para realizar la deshidratación del aguaymanto, se empleará la liofilización¹, mediante el cual se obtendrá una ventaja competitiva sobre los productos que son fabricados con el método de deshidratación, los cuales no potencian las propiedades del aguaymanto.

El producto final, que será la comercialización de una Super fruta² liofilizada en presentación de *snack*, el cual se puede denominar Alimento funcional³ debido a las propiedades nutritivas básicas con las que cuenta. El consumo de la fruta puede contribuir a la salud de los consumidores, dado que el alimento se puede incluir en una dieta normal y de consumo regular.

Para realizar la producción, se ha determinado que será tercerizada al proveedor que cuenta con la experiencia y los procesos bien definidos, donde también se ha considerado que cuente con la Certificación HACCP, de esa manera se permite certificar que, la empresa se encuentra comprometida con cumplir con la inocuidad del alimento durante la realización del proceso productivo.

¹ La liofilización es una técnica de conservación de los alimentos, el cual está basado en el desecado por medio de la sublimación de agua que contienen los alimentos. El proceso es congelar el producto y seguidamente remover el hielo por sublimación, donde se aplicará calor en condiciones de vacío. De esa manera se evita el paso al estado líquido de agua en el alimento, evitando la pérdida de contenidos nutricionales y organolépticos del alimento.

² Las Super frutas, son aquellas que poseen sabores exóticos, los cuales cuentan con un sabor agradable, destacando por el contenido nutricional y antioxidantes.

³ Alimento funcional son aquellos que proveen beneficios a la salud de los consumidores, más allá de la función nutricional.

Después de realizar la investigación del mercado objetivo, que para el presente plan es Berlín, Alemania. Se puede concluir que, existe un consumo creciente y la preferencia por el consumo de *Snacks* saludables, que cuentan con un envase portátil, fácil consumo y conservación. El estilo de vida y la velocidad del día ocasionan que, los consumidores opten por adquirir nuevos productos para incluir en la dieta diaria.

La empresa PERUVIAN BERRIES S.A.C., se ha constituido jurídicamente como una sociedad anónima cerrada, dado que la responsabilidad de los dos accionistas sea limitada. Debido a que, la actividad económica es la exportación del aguaymanto liofilizado en presentación de *snack*, se ha codificado internacionalmente (CIIU) en la Sección G, División 46, Grupo 463, Clase 4630: Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco.

Las exportaciones que realizará la empresa PERUVIAN BERRIES S.A.C., tiene como destino el mercado de Alemania, específicamente en Berlín. Para el primer año de la operación se prevé realizar las ventas por 47,520 unidades, se realizará una inversión total de S/. 851,270.16. El cual resulta un Valor Actual Neto Financiero de S/. 985,869.86, con una Tasa Interna de Retorno Financiero de 67.13% y con una relación Costo - Beneficio donde, por cada sol que se invierte en el plan de negocio, se va a obtener una utilidad de S/. 5.82.

I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

El presente plan de exportación tiene como propósito, demostrar que el negocio de la exportación de aguaymanto liofilizado en presentación de snack al mercado de Berlín, Alemania, es viables y que se puede implementar.

Para realizar una investigación y análisis, se ha dividido en cinco capítulos de los cuales se puede destacar:

El segundo capítulo, comprende la organización de la empresa como una sociedad anónima cerrada, los aspectos legales que se debe considerar para constituir la empresa formalmente, el régimen laboral y los contratos que se suscribirán con lo colaboradores.

El tercer capítulo, se desarrolla el plan de Marketing Internacional, donde principalmente se realizó la investigación de mercado utilizando la macro y micro segmentación. Asimismo, se analizó la oferta y la demanda con la proyección de cinco años. Además, se detallan las estrategias a emplear.

En el cuarto capítulo, se detalla el Plan de Logística Internacional, en ella se describen los atributos del envase, empaque y embalaje. Asimismo, se desarrolla todos los aspectos de la Distribución Física Internacional.

En el quinto capítulo, se extiende la información de la fijación del precio, la elección del incoterm, el modelo de contrato y las condiciones de compra y venta, y la forma y medio de pago se empleará.

En el sexto capítulo, se desarrolla el Plan Económico Financiero, en el cual se detalla la inversión total, estructura del financiamiento, los presupuestos de ingresos y egresos. Asimismo, se realiza los estados financieros, una evaluación económica y Financiera, de esa manera se evalúa la viabilidad del negocio presentado.

Finalmente, después de del desarrollo de los capítulos, se ha indicado las conclusiones y recomendaciones a los que se ha llegado.

II. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

De acuerdo con lo que se establece en la Ley General de Sociedades en el Perú (Ley N.º 26887), refiere que para la creación de una sociedad se requiere el aporte de dos socios, como mínimo, los cuales pueden ser personas naturales, personas jurídicas. Los socios acordaran realizar un aporte de capital, bienes o servicios a fin de iniciar y ejercer las actividades económicas que convienen.

Al contar con una comunidad de bienes, en cualquiera de las clases de sociedades, las regulaciones se realizan de acuerdo con las disposiciones pertinentes del código civil. Es pertinente considerar la pluralidad de los socios, en caso se pierda la pluralidad mínima de dos socios y ésta no se reconstruye en el plazo de seis meses, entonces al término del plazo se disuelve el pleno derecho.

2.1. Nombre o razón social

El presente Plan de Negocios tiene como Razón Social: PERUVIAN BERRIES S.A.C.

Se ha optado por la razón social debido a que se tiene la visión de diversificar los productos peruanos para su exportación en el futuro.

Así también, se ha considerado que el Nombre Comercial y la marca será: INKA BERRY.

Se ha optado por que el nombre comercial y la marca tengan la misma denominación. La razón de la elección del nombre proviene por el origen peruano del aguaymanto.

Tabla 1. Determinación del nombre de la marca del producto:

El puntaje mayor lo obtuvo el nombre INKA BERRY.

DETERMINACIÓN DEL NOMBRE LA MARCA DEL PRODUCTO						
N°	PRINCIPIOS PARA DETERMINAR	POSIBLES NOMBRES DE MARCA				
		01. Inca Fruit	02. Inka Berry	03. Healthy Berry	04. Perfect Berry	05. Eco Fruit
1	Debe ser fácil de recordar y llama a atención.	5	5	4	4	5
2	Describe el producto.	3	5	5	4	3
3	Debe indicar el origen del producto.	5	5	3	3	3
4	El Nombre debe sonar bien en voz alta.	4	4	4	4	4
5	La marca debe señalar algo nuevo.	3	4	4	3	4
6	Debe ofrecer un beneficio y debe tener un significado.	4	4	5	4	3
7	¿Las iniciales se pueden usar?	5	5	4	4	4
8	¿No está registrado en Alemania?	4	5	4	4	4
9	Pretende comunicar un producto nutritivo al consumidor.	4	4	5	3	4
10	Debe llegar a más consumidores.	4	4	4	4	4
PUNTAJE TOTAL		41	45	42	37	38

Elaboración propia.

Fuente: Walter Landor. *Eight principles of naming* - <http://landor.com/thinking/eight-principles-of-naming> y Philip Kotler & Kevin Lane Keller. Dirección de Marketing.

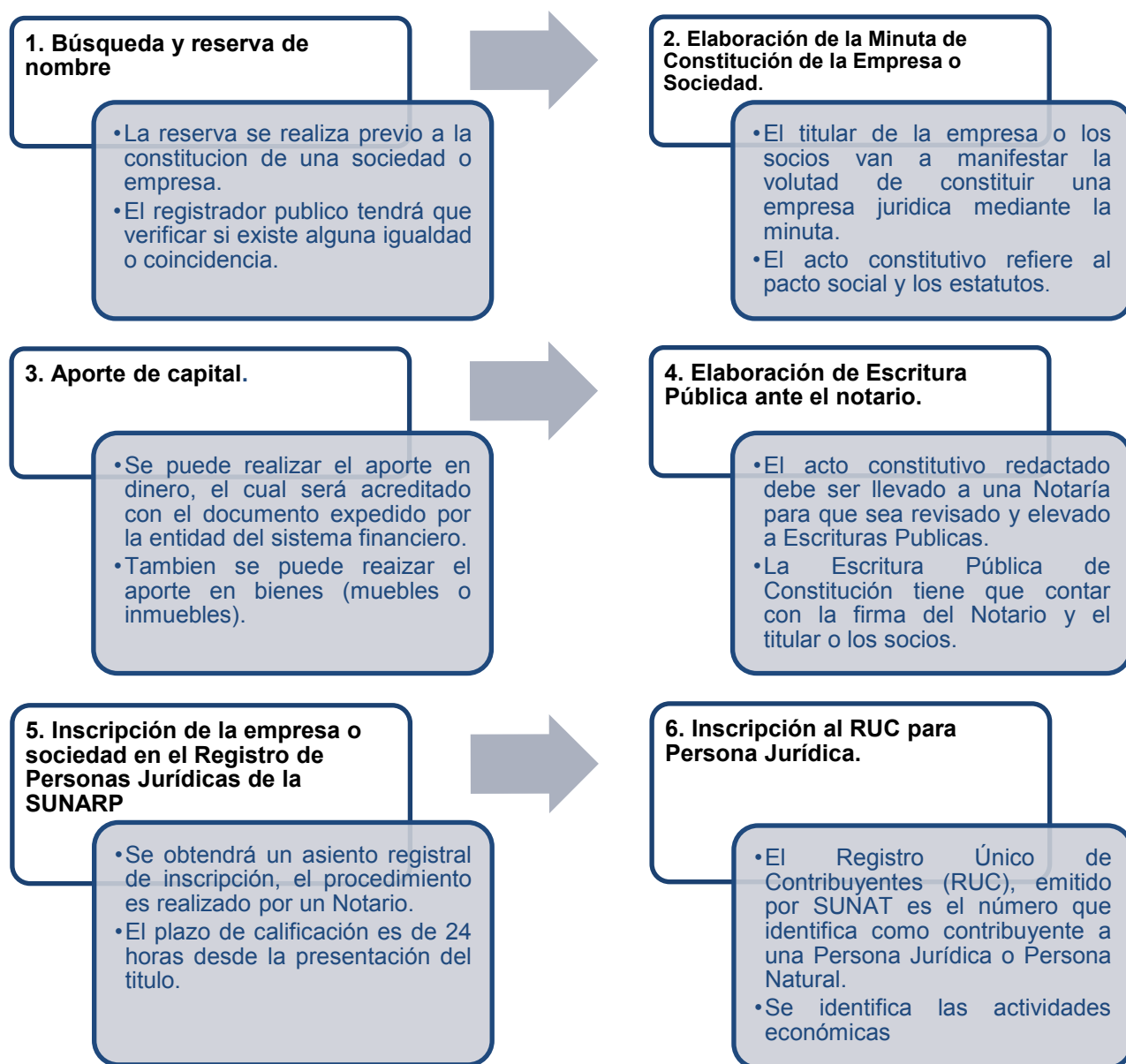
Figura 1. Logo de la Marca



Elaboración propia.

A continuación, se detalla el procedimiento a seguir para la Inscripción en registros Públicos:

Figura 2. Pasos para constituir una empresa o sociedad



Elaboración propia.

Fuente: SUNARP (2020)

Se realizó la búsqueda en la página web oficial, <https://www.sunarp.gob.pe>, de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP) y se encontró que la razón social no se encuentra registrada, por lo tanto, se puede proceder con la inscripción:

Figura 3. Búsqueda de la Razón Social en SUNARP

The image shows a screenshot of the SUNARP website's search interface. At the top left is the SUNARP logo (Superintendencia Nacional de los Registros Públicos). To the right are navigation links: 'Síguelo', 'Alerta Registral', and 'Nuestras Oficinas'. Below this is a horizontal menu with 'INICIO', 'INSTITUCIONAL', 'PRENSA', 'ESTADÍSTICAS', and 'CONTÁCTENOS', followed by a 'Portal de Transparencia' button. The main section is titled 'BÚSQUEDA DE PERSONAS JURÍDICAS INSCRITAS'. Under 'CRITERIO DE BÚSQUEDA', there are two input fields: '1.- Razón o Denominación:' with the text 'PERUVIAN BERRIES SAC' and '2.- Siglas:' with the text 'PERUVIAN BERRIES'. Below these are 'Buscar' and 'Limpiar' buttons. The bottom of the page shows the same SUNARP logo and navigation links, with a message at the bottom: 'Lo sentimos, no se encontraron resultados vuelva a intentarlo con otro criterio...'

Fuente: SUNARP (2020)

Posteriormente, a través de la Reserva de Preferencia Registral se realiza la reserva del nombre en la SUNARP, ello quiere decir que en los próximos 30 días nadie podrá utilizar el nombre. El costo por la reserva es de S/.21.00.

Figura 4. Reserva de Nombre - SUNARP

The screenshot displays the SUNARP website interface for the 'Reserva de Nombre' process. The header includes navigation links: 'Privacidad y Seguridad', 'Ayuda', 'Términos y Condiciones', 'Contáctenos', 'Tarifas', and 'Inicio'. The breadcrumb trail reads 'SOLICITUDES >> Solicitud de Inscripción >> Reserva de Preferencia Registral', with 'Paso 1 de 3' indicated. A '[Ver Consejo]' link is present. The main heading is 'RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA PARA (seleccionar el que corresponda)'. Two radio buttons are available: 'Constitución' (selected) and 'Modificación de Estatuto'. Below this, the section 'DENOMINACIÓN o RAZÓN SOCIAL' is shown, with a note: 'Sólo se admite hasta 250 caracteres en Razón Social o Denominación y 100 caracteres para la Denominación Abreviada'. Two radio buttons are present: 'Denominación' and 'Razón Social' (selected). Five input fields are provided for the name, with the first containing 'PERUVIAN BERRIES SAC'. The 'TIPO DE PERSONA JURÍDICA' section has a dropdown menu set to 'SOCIEDADES ANÓNIMAS' and a 'SAC' dropdown. The 'DOMICILIO DE LA PERSONA JURÍDICA' section includes a 'Departamento' dropdown set to 'LIMA' and a 'Provincia' dropdown set to 'Seleccionar'. 'Cancelar' and 'Continuar' buttons are at the bottom right. A disclaimer states: 'Tener en cuenta que si el pago no lo hace en línea, tendrá que realizarlo en la oficina correspondiente al departamento y provincia que elija.' A note at the bottom reads: '* Los datos son obligatorios. Estimado solicitante, UD. podrá llenar desde 01 hasta 05 denominaciones o razones sociales. Sólo se concederá la reserva de una de ellas, en orden excluyente, y sólo si resulta procedente de la calificación registral.'

Fuente: SUNARP (2020)

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)

El presente proyecto de plan de Negocios tendrá la siguiente actividad económica: La exportación de *snacks* de fruta liofilizada. Siendo la naturaleza jurídica de la empresa del tipo Sociedad Anónima Cerrada S.A.C., de acuerdo con lo indicado en el Marco legal: Ley General de Sociedades N.º 26887.

La Clasificación Internacional Industrial Uniforme, es la clasificación de las actividades económicas que hace referencia a las actividades productivas. El propósito es ofrecer un conjunto de categorías que puedan ser utilizados al momento de diferencias las estadísticas. Los

datos necesarios para realizar las estadísticas se deben recopilar tomando en cuenta los diversos agentes económicos.

En tanto, a la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., le corresponde:

Código CIU Rev. 4: 4630 Y la actividad económica es Código CIU Rev. 3: 5122 - - VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.

Tabla 2. Clasificación CIU

Clasificación Industrial Internacional Uniforme - CIU		
SECCIÓN:	G	COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS
División:	46	Comercio al por mayor, excepto de los vehículos automotores y motocicletas
Grupo:	463	Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco
Clase:	4630	Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco

Elaboración propia.
Fuente: INEI

Figura 5. Clasificación del CIU

The screenshot shows the INEI website interface for searching CIU codes. At the top, it says 'CIU REV. 4' and 'CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME'. There are search buttons for 'Descripción', 'Act. Econ.', and 'CIU #3'. A search box contains the word 'comercialización'. Below the search box, a list of CIU codes is displayed, with '4630-COMERCIALIZACION AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO' selected. Below the list, it shows 'El Código CIU Rev. 4 que le corresponde a su Actividad Económica es: 4630-Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco.' and 'El Código CIU Rev. 3 que le corresponde a su Actividad Económica es: 5122-Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco.'

Fuente: INEI. https://proyectos.inei.gob.pe/ciu/frm_buscar_lista.asp

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

Una buena localización de la oficina y almacén de la empresa permitirá desarrollar de manera eficiente el proceso productivo, así también, que se disminuya en coste de producción.

Para el desarrollo de las actividades se requiere un almacén y una oficina. Los lugares tentativos para realizar el alquiler son los siguientes:

Tabla 3. Distritos para ubicar el Negocio

OPCIONES	DISTRITOS
A	Ate
B	Santa Anita
C	San Juan de Lurigancho
D	Lima Cercado

Elaboración propia.

Por tanto, para determinar la localización de la empresa, se debe tener en cuenta muchos factores, en la siguiente tabla se puede visualizar los siguientes:

Tabla 4. Factores Relevantes para localización de la empresa

N°	Factores Relevantes	Peso	Ate		Santa Anita		San Juan de Lurigancho		Lima Cercado	
			Escala	Valor	Escala	Valor	Escala	Valor	Escala	Valor
1	Costo de Alquiler de Terreno	0.16	5	0.8	4	0.64	4	0.64	3	0.48
2	Acceso a energía, eléctrica, agua y redes.	0.16	5	0.8	5	0.8	4	0.64	4	0.64
3	Accesos de Transporte	0.14	5	0.7	5	0.7	4	0.56	5	0.7
4	Riesgos y peligros de la zona	0.10	3	0.3	4	0.4	2	0.2	3	0.3

5	Influencia climática	0.08	4	0.32	4	0.32	3	0.24	3	0.24
6	Proximidad a los proveedores	0.12	4	0.48	3	0.36	3	0.36	4	0.48
7	Proximidad al puerto y aeropuerto	0.12	2	0.24	2	0.24	3	0.36	5	0.6
8	Mano de Obra	0.12	4	0.48	4	0.48	4	0.48	5	0.6
TOTAL		1		4.12		3.94		3.48		4.04

Elaboración propia.

Fuente: Fernando A. D'Alessio Ipinza (PUCP) CAPÍTULO 6: Ubicación y Dimensionamiento de la Planta Productiva. http://dalessio.pearsonperu.pe/administracion_de_las_operaciones_productivas/recursos/06.pdf

Después de realizar el método de evaluación de los factores más relevantes, de acuerdo con el valor se ha determinado que, la localización de la empresa permitirá tener más ventajas para el desarrollo eficiente del proyecto. El almacén y la oficina de la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., se localizará en el distrito de Ate. La oficina y almacén hacen un total de 130 m³.

Es importante precisar que el local comercial que se pretende alquilar se encuentra localizada en la Avenida Metropolitana, la cual es una avenida principal y accesible, el cual representa una ventaja debido a que cuenta con ingreso y salida de vehículos.

Se pretende que la localización Geográfica de la empresa vaya acorde a la actividad que se va a realizar, a continuación, detallo las características del local:

Tabla 5. Características del local comercial

Departamento	:	Lima
Distrito	:	Ate
Dirección	:	Av. Metropolitana 1078, Los Ángeles de Vitarte
Costo de alquiler	:	USD. 1,260
Área del local	:	130 m2
Número de ambientes	:	4 oficinas, 1 servicio higiénico y 1 almacén.

Elaboración propia.

Figura 6. Localización del local comercial



Fuente: Google Maps (2020).

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

2.4.1. Misión:

PERUVIAN BERRIES SAC. Tiene como misión cubrir y satisfacer la necesidad de alimentación con Snacks de fruta saludable, el cual está preparado en base a fruta liofilizada hacia Berlín – Alemania. Contando con el apoyo de nuestros colaboradores y nuestros socios estratégicos. Asimismo, la empresa es responsable con el ambiente y la comunidad.

2.4.2. Visión:

PERUVIAN BERRIES SAC., busca ser uno de los principales proveedores de *Snacks* de Fruta liofilizada en Berlín – Alemania.

2.4.3. Objetivo General:

Incrementar, de forma sostenible y rentable, la presencia y participación de la marca INKA BERRY, en el mercado de *Snacks* de fruta liofilizada en Berlín, Alemania, teniendo presente la mejora los índices del retorno.

2.4.4. Objetivos Estratégicos:

RENTABILIDAD:

Obtener una rentabilidad anual que permita diversificar nuestros productos.

CRECIMIENTO:

Alcanzar un volumen de venta que permita sostener el negocio.

Asimismo, esperamos un crecimiento de la participación en el mercado objetivo.

SOSTENIBILIDAD:

Lograr un crecimiento anual en la expansión geográfica a fin de hacer más conocido el producto.

2.4.5. Valores:

- Compromiso.
- Confianza.
- Creatividad.
- Disciplina.
- Empatía.
- Innovación.
- Perseverancia.
- Respeto.

2.4.6. Principios:

- Creatividad e Innovación: La empresa se adecuará a las tendencias de consumo, para ello se adaptará el producto de acuerdo con la necesidad del mercado.
- Eficiencia: Emplear de manera responsable los recursos y el talento humano para lograr nuestros objetivos planteados.
- Proactividad: Nuestros colaboradores contarán con las capacitaciones para que pueda asumir los retos y enfrentarlos.
- Responsabilidad Social: la empresa es consciente de lo que sucede alrededor y la coyuntura, por ende, habrá compromiso de cumplir con la legislación del país, los colaboradores y con la sociedad en general.

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

Es importante precisar la evolución de las leyes en el Marco de la Ley MYPE a través del tiempo.

En el año 2003, Se publicó la Ley N° 28015, de Formalización y Promoción de la Micro y Pequeña Empresa el cual tuvo vigencia hasta el 30 de setiembre de 2008.

A partir del 01 de octubre del 2008, entra en vigor el Decreto Legislativo N° 1086, es la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y de acceso al empleo decente y las recopiladas en el Decreto Supremo N.º 007-2008-TR, Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente.

Hasta la actualidad, la Ley N° 30056 que fue publicada el 02 de julio del 2013, es la Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.

También es importante mencionar que, actualmente la economía peruana se ha visto afectada debido a la propagación del virus (COVID-19) en el territorio nacional. Las micro y pequeñas empresas (MYPE) engloban un sector que actualmente se encuentra vulnerable y en desventaja debido a que no cuenta con un acceso al financiamiento, el cual limita la productividad.

En tal sentido, mediante el Decreto de Urgencia N.º 029-2020, se dictan medidas destinadas al financiamiento de las MYPE. Mediante el numeral 3.1 del artículo 3 del citado Decreto de Urgencia, se ha creado el Fondo de Apoyo Empresarial a la MYPE (FAE-MYPE), el cual tiene como propósito el garantizar los créditos para capital de trabajo otorgados a las MYPE, así como reestructurar y refinanciar sus deudas. Dicho FAE - MYPE tendrá una duración de cinco años contados a partir suscripción del respectivo Contrato de Fideicomiso.

PERUVIAN BERRIES SAC., se acogerá al Régimen laboral Especial de Micro y Pequeña Empresa (MYPE), y se considerará dentro del rubro de la pequeña empresa, siendo las ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT), de acuerdo con la normativa del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE).

Tabla 6. Características de la Micro y Pequeña Empresa

CARACTERÍSTICAS DE LA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS		
ITEM	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
NÚMERO DE TRABAJADORES	De uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive.	De uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive.
VENTAS ANUALES	Hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)	Hasta el monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)
REMUNERACION	Remuneración Mínima Vital (RMV)	Remuneración Mínima Vital (RMV)
JORNADA LABORAL	Jornada de trabajo de 8 horas	Jornada de trabajo de 8 horas
DESCANSO ABORAL	Descanso semanal y en días feriados	Descanso semanal y en días feriados
REMUNERACION EXTRA	Remuneración por trabajo en sobretiempo	Remuneración por trabajo en sobretiempo
DESCANSO VACACIONAL	Descanso vacacional de 15 días calendarios	Descanso vacacional de 15 días calendarios
COBERTURA DE SEGURO	Cobertura 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	Cobertura Previsional
INDEMNIZACION	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)
SEGURO SCTR		Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)
GRATIFICACIONES		Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad)
PARTICIPACION DE UTILIDADES		Derecho a participar en las utilidades de la empresa
DERECHO A CTS		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		Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

Elaboración propia.

Fuente: SUNAT.

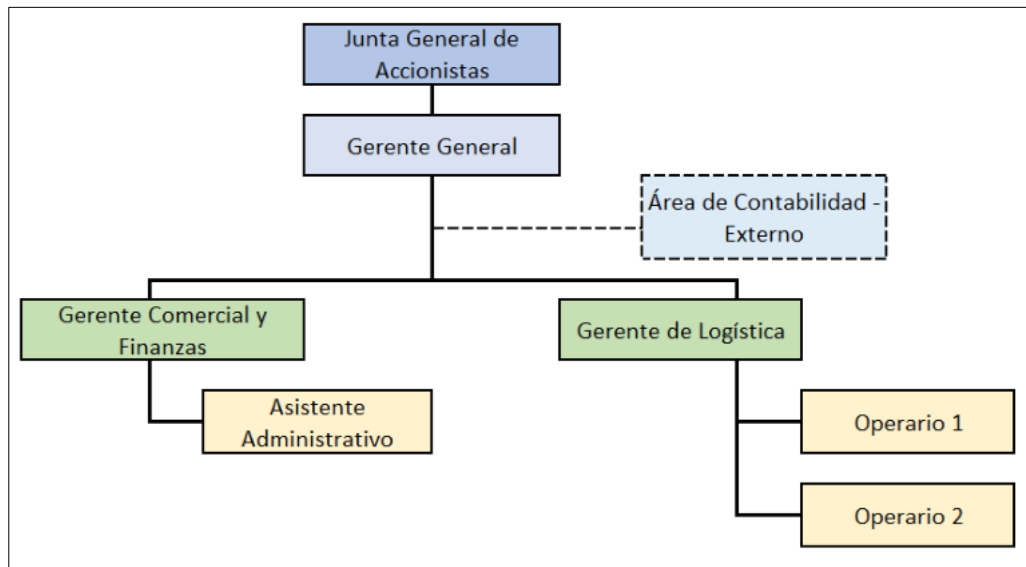
2.6. Estructura Orgánica

Debido a que la empresa PERUVIAN BERRIES SAC. es nueva, se va a contar con áreas específicas y claves para el funcionamiento de la organización. Sin embargo, a medida del desarrollo de la organización se podrá crear nuevas áreas y colaboradores capacitados para atender las exigencias.

La empresa contará con los cargos: Gerente General, Gerente Comercial y Finanzas, Gerencia de Logística, Asistente administrativo y (2) operarios. Cabe señalar que, el área de contabilidad y el servicio de limpieza, serán tercerizados a una empresa externa.

El tipo de organigrama será vertical y funcional, el mismo que fluirá de arriba hacia abajo a partir de la Junta General de Accionistas, desagregando los niveles jerárquicos de manera escalonada. A continuación, se presenta el organigrama de la empresa:

Figura 7. Organigrama



Elaboración propia.

A continuación, se detallarán las funciones de cada colaborador:

- JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS:

La junta estará compuesta por dos (2) socios, en el que ambos contarán con 50% de las acciones. Los socios serán quienes tomen las decisiones en el negocio.

- GERENTE GENERAL:

Será el representante legal de la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., se encargará de supervisar y realizar un seguimiento a los procesos para el logro de los objetivos propuestos.

Así también, mantendrá una relación directa con los clientes y proveedores.

- GERENTE COMERCIAL Y FINANZAS:

Será quien se encargue de presentar los documentos contables y financieros al contador externo. Asimismo, se encargará de mantener una relación directa y de confianza con el cliente y participará de reuniones a posibles clientes. Mantendrá estrategias de posicionamiento de la marca en el mercado objetivo.

- GERENTE DE LOGISTICA:

Realizará un seguimiento y supervisión en la producción por encargo de los proveedores, asimismo, asegurará que la cadena de suministro se realice de manera eficiente y optimizando el tiempo.

Llevará un control de inventarios utilizando un Kardex y el almacén de productos terminados y las empresas de transporte de traslado interno de la carga.

Tendrá el contacto directo con la entidad que emite el Certificado de Origen, con el Agente de Aduana y el Agente de Carga, asimismo

realizará el proceso de exportación, manejará y archivará los documentos de exportación para una eventual auditoría.

- **ASISTENTE ADMINISTRATIVO:**

Llevará el control y el archivo de los documentos y será el apoyo directo del Gerente Comercial y Finanzas.

Se encargará de digitalizar los documentos y alimentar la data de la empresa con información de los documentos.

- **OPERARIOS:**

Estarán bajo el cargo del Gerente de Logística. Los operarios estarán capacitados para el manipuleo de la carga y tendrán el contacto con los transportistas de los proveedores.

Asimismo, apoyaran al Gerente de logística a recabar y mantener los documentos del transporte interno de la carga.

2.7. Cuadro de asignación de personal.

PERUVIAN BERRIES SAC., contará con seis (6) personas que se encontrarán en planilla, el detalle de los beneficios se encuentra en el cuadro comparativo indicado líneas arriba, en el punto 2.6.

De acuerdo con lo que indica el régimen especial de MYPE, los colaboradores de la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., cuentan con los beneficios de acuerdo con el monto de la remuneración de acuerdo con la tendencia del mercado, a continuación, se presenta el detalle:

Tabla 7. Asignación Personal en régimen especial MYPE

ITEM	CARGO	REMUNERACION MENSUAL	APORTE PREVISIONAL ONP	REMUNERACION ANUAL	GRATIFICACIÓN 1 REMUNERACION	VACACIONES (15 DÁS)	CTS (mayo y noviembre)	SUB TOTAL	SEGURO ESSALUD (9%)	TOTAL ANUAL (S./)	TOTAL ANUAL (USD)
1	GERENTE GENERAL	S/2,000.00	S/260.00	S/24,000.00	S/2,000.00	S/1,000.00	S/1,000.00	S/28,000.00	S/2,520.00	S/30,520.00	\$8,501.39
2	GERENTE COMERCIAL Y FINANZAS	S/1,500.00	S/195.00	S/18,000.00	S/1,500.00	S/750.00	S/750.00	S/21,000.00	S/1,890.00	S/22,890.00	\$6,376.04
3	GERENTE DE LOGISTICA	S/1,500.00	S/195.00	S/18,000.00	S/1,500.00	S/750.00	S/750.00	S/21,000.00	S/1,890.00	S/22,890.00	\$6,376.04
4	ASISTENTE ADMINISTRATIVO	S/1,200.00	S/156.00	S/14,400.00	S/1,200.00	S/600.00	S/600.00	S/16,800.00	S/1,512.00	S/18,312.00	\$5,100.84
5	OPERARIO 1	S/1,000.00	S/130.00	S/12,000.00	S/1,000.00	S/500.00	S/500.00	S/14,000.00	S/1,260.00	S/15,260.00	\$4,250.70
6	OPERARIO 2	S/1,000.00	S/130.00	S/12,000.00	S/1,000.00	S/500.00	S/500.00	S/14,000.00	S/1,260.00	S/15,260.00	\$4,250.70
TOTAL		S/8,200.00	S/1,066.00	S/98,400.00	S/8,200.00	S/4,100.00	S/4,100.00	S/114,800.00	S/10,332.00	S/125,132.00	\$34,855.71

Elaboración propia.

Tipo de Cambio: S/. 3.59

Como se muestra en la tabla anterior, se ha realizado el cálculo mensual y anual de los gastos de acuerdo con el régimen especial MYPE. Los montos están expresados en soles y el Total Anual está expresado en dólares a un Tipo de Cambio S/. 3.59.

Así también, se ha indicado que el área de Contabilidad y servicio de limpieza serán tercerizadas, en tal sentido, el pago será bajo la modalidad de cuarta categoría, el contador emitirá un recibo por honorarios, el detalle es el siguiente:

Tabla 8. Cuadro de remuneración de Servicio Externo - Contabilidad

ITEM	CARGO	REMUNERACION MENSUAL	APOORTE PREVISIONAL	REMUNERACION ANUAL	GRATIFICACIÓN	VACACIONES (15 DÁS)	CTS (Mayo y Noviembre)	SUB TOTAL	SEGURO ESSALUD (9%)	TOTAL ANUAL (S./)	TOTAL ANUAL (USD)
1	Contador Externo	S/3,000.00	S/0.00	S/36,000.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/36,000.00	S/0.00	S/36,000.00	\$10,027.86
2	Servicio de Limpieza	S/500.00	S/0.00	S/6,000.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/6,000.00	S/0.00	S/6,000.00	\$1,671.31

Elaboración propia.

Tipo de Cambio: S/. 3.59

2.8. Forma Jurídica Empresarial

De acuerdo con la Ley General de Sociedades (Ley N° 26887), vigente a partir del 09 de diciembre de 1997, e clasifica las sociedades:

Tabla 9. Clases de sociedades establecidas en nuestra Ley General de Sociedades (Ley N.º 26887)

CLASES DE SOCIEDADES	TIPOS
1. Sociedad anónima	1.1. Sociedad Anónima Ordinaria
	1.2. Sociedad Anónima Cerrada
	1.3. Sociedad Anónima Abierta
2. Sociedad comercial de responsabilidad limitada	
3. Sociedad en comandita	3.1. Sociedad en comandita simple
	3.2. Sociedad en comandita por acciones
4. Sociedad colectiva	
5. Sociedad civil	5.1. Sociedad civil ordinaria
	5.2. Sociedad civil de responsabilidad limitada

Elaboración propia.

Fuente: Superintendencia de Mercado de Valores

Para el presente proyecto, la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., será de Sociedad Anónima Cerrada, el cual tiene Responsabilidad Limitada, contará con dos accionistas, dadas las características, en este tipo de sociedad no es necesario contar con un Directorio y no cuenta con acciones inscritas en los Registros Públicos en el Mercado de Valores.

Este tipo de Sociedad se conforma por los socios fundadores al momento de realizar la Escritura Pública, el cual contiene el pacto social y el estatuto, en el cual se suscriben las acciones. Así también, es importante precisar que el capital social estará representado por acciones que los socios pueden aportar como un monto en efectivo y bienes.

2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

La empresa PERUVIAN BERRIES SAC., cuenta con una marca propia llamada: INKA BERRY. Para realizar el registro de la Marca ante Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI, entidad que se encarga de administrar el sistema de marcas de producto o servicio, nombres y lemas comerciales, denominaciones de origen y de cualquier otro signo que la legislación sujete a responsabilidad.

A. PARA REALIZAR EL REGISTRO DE LA MARCA EN EL PAÍS SE DEBE CUMPLIR LO SIGUIENTE:

- Completar y presentar tres ejemplares del formato de solicitud que corresponde, de los cuales, dos ejemplares serán para la autoridad y un ejemplar es para el administrado.
- Se debe indicar los datos de identificación del solicitante PERUVIAN BERRIES SAC.:
 - i. En el caso de Personas Naturales, se debe consignar el número de Documento Nacional de Identidad (DNI), Carné de Extranjería (CE) o Pasaporte e indicar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
 - ii. En el caso de Personas Jurídicas, se debe consignar el número de Registro Único de Contribuyente (RUC), si fuera el caso.

- iii. En el caso de contar con un representante, se debe indicar los datos identificación y será obligado presentar el documento de poder
- Se deberá indicar el documento para que se puedan enviar las notificaciones en el Perú, se debe señalar las referencias si es que lo requiere.
- Se indicará el signo que se pretende registrar, puede ser denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros.
 - i. En caso de que la marca sea mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción, se deberá adjuntar 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.
 - ii. En caso sea posible, se sugiere enviar una copa fiel del logotipo, Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles al siguiente correo electrónico: logos-dsd@indecopi.gob.pe
- Se consignará los productos y/o servicios que se quiere distinguir con el signo solicitado, se indicará la clase o clases a las que corresponden. Se sugiere ingresar al buscador llamado PERUANIZADO para saber la clase a la que pertenece.

- En el caso de que haya una solicitud de multiclase, los productos y servicios deberán indicar la clase agrupada, indicando el número de clase correspondiente y el orden asignado por la Clasificación Internacional de Niza.
- En el caso de que se reivindique la prioridad extranjera sobre la base de una solicitud de registro que se presenta en otro país, se deberá indicar el número de la solicitud cuya prioridad se está reivindicando. En caso de que se de esta situación, se tiene que adjuntar una copia certificada emitida por las autoridades que les compete de la primera solicitud de registro, o bien certificado de la fecha de presentación de esa solicitud, y traducción al español, en caso así sea el caso.
- Se deberá firmar la solicitud por la persona que lo solicita o por el representante.
- Finalmente, se adjuntará la constancia del pago del derecho del trámite, el costo asciende a 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto representa el costo de S/. 534.99 Nuevos Soles, el cual debe pagarse en la sucursal del Banco de la Nación localizado en Indecopi-Sede Sur, Calle De La Prosa N° 104-San Borja, o bien realizar el pago a través de una de las modalidades que se ofrecen. En el Anexo 1 se visualiza el Modelo de Solicitud de Registro.

B. PARA PODER REALIZAR EL REGISTRO DE LA MARCA EN EL PAIS DE DESTINO - ALEMANIA - SE CUENTA CON DOS OPCIONES:

a. Realizar el registro de la marca en la Unión Europea - EUIPO:

En el caso de solicitar el registro de la marca en la Unión Europea, se debe tener cuenta que se debe realizar a través de la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO). Consiste en registrar una marca distintiva el cual debe ser capaz de que los consumidores reconozcan la marca y distinguirlo de los demás existentes en el mercado, de esa manera se puede proteger, construir una identidad y dar valor a la marca. Se deben considerar lo siguiente:

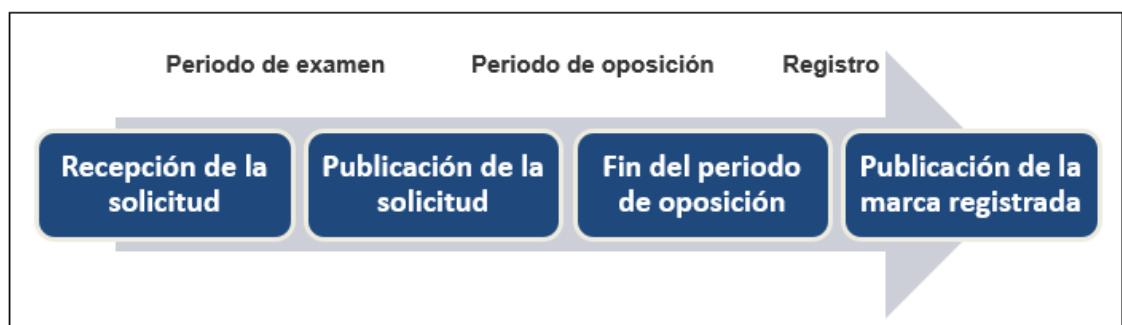
- i. LISTA DE COMPROBACIÓN: Es un grupo de preguntas que permiten planificar por adelantado las características que debe tener la marca a fin de que no sean denegadas. En el Anexo 2 se visualiza la tabla.
- ii. BUSCAR DISPONIBILIDAD: Antes de realizar el registro de la marca, es necesario realizar una búsqueda de disponibilidad para saber si existe una marca en el mercado de destino. Para el presente proyecto, se realizado la consulta en la plataforma de Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea, la Búsqueda mediante *eSearch plus* (Acceso a la base de datos de la

EUIPO) en el Anexo 3 y la Búsqueda de la Marca mediante *TM View* (Acceso a la base de datos de la EUIPO) en el Anexo 4.

- iii. **RODUCTOS Y SERVICIOS:** Para registrar la marca, la solicitud deberá contener una representación y la lista de productos o servicios que abarca. Los productos y servicios deben especificar la forma más exacta y precisa posible y también es importante considerar que La Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) ha adoptado la Clasificación de Niza para la clasificación de productos y servicios.
- iv. **TITULARIDAD:** El solicitante deberá proporcionar los datos al momento de realizar el formulario de registro. La información se utilizará para identificar como el único titular de la marca. La entidad se pondrá en contacto con el solicitante durante el proceso.
- v. **TASAS Y PAGOS:** La tasa de base debe ser pagado en el plazo de un mes a partir de la fecha en que la solicitud sea recibida por la EUIPO. La Oficina examinará las solicitudes de marca y tramitará la correspondencia relacionada cuando se hayan pagado las tasas correspondientes:
 - La tasa de base cubre una clase por 850 EUR.
 - La tasa para la segunda clase de productos y servicios es de 50 EUR.

- La tasa para tres o más clases es de 150 EUR por cada clase.
- vi. **PRESENTE SU SOLICITUD AHORA:** Una Marca registrada en la Unión Europea le otorga al solicitante los derechos exclusivos en todos los actuales y futuros Estados Miembros de la Unión Europea, se expedirá un registro único presentado en línea. La marca registrada tiene una validez de 10 años y pueden ser renovadas de manera indefinida por periodos de 10 años.
- vii. **PROCEDIMIENTO DE REGISTRO:** Cuando se haya presentado la solicitud, el siguiente paso será que Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) realizará el trámite para comprobar que es posible registrar. Para ello se deben respetar las siguientes fases:

Figura 8. Procedimiento de registro de Marca



Elaboración propia.

Fuente: Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea.

- b. Realizar el registro de la marca en Alemania - Oficina de Patentes y Marcas de Alemania (*German Patent and Trade Mark Office* - DPMA según sus acrónimos en alemán):

El procedimiento para registrar una marca en Alemania tiene una duración entre seis y ocho meses. Los pasos que se deben seguir son los siguientes:

- i. **BÚSQUEDA DE MARCAS COMERCIALES:** Se debe realizar una búsqueda antes de realizar la solicitud. Esta búsqueda evitará incumplir los requisitos. Es importante precisar que durante el procedimiento de solicitud la entidad no comprobará si ya se han registrado marcas idénticas o similares a la solicitada. Se realizará la búsqueda Oficina de Patentes y Marcas de Alemania, en el Anexo 5 se puede visualizar la búsqueda.
- ii. **CLASIFICACIÓN DE MARCAS COMERCIALES:** La Marca está registrada para ciertos productos o servicios, ello determina el alcance de la protección. Cada bien y servicio se clasifica de acuerdo con el sistema internacional armonizado y la Clasificación de Niza.
- iii. **SOLICITUD:** Hay 3 formas de solicitar la marca:
 - *DPMA direktWeb* : la forma rápida de presentación en línea
 - *DPMA direktPro* - solicitud electrónica con tarjeta de firma

- solicitud en papel con los formularios para una solicitud de marca nacional
- iv. EXAMEN, REGISTRO Y RENOVACIÓN: la Oficina alemana de marcas comerciales se aseguran de que se hayan recibido todos los datos requeridos y el proceso de trámite de la solicitud de marca comienza después de realizar el pago total de la tasa de solicitud, la tarifa para presentar la solicitud es de 300 EUR.

En caso de que la solicitud haya cumplido con los requisitos legales y no existen motivos de denegación, la DPMA inscribe la marca en el Registro y el propietario recibe el Certificado de Registro. La duración de la protección de la marca es de diez años, se puede renovar al día siguiente del día de expiración, y la duración será de 10 años adicionales. Es importante considerar que las tarifas de renovación se pueden pagar seis meses antes de la fecha de vencimiento.

2.10. Requisitos y Trámites Municipales

La empresa PERUVIAN BERRIES SAC., se ubicará en el Distrito de Ate. El trámite para obtener la licencia de funcionamiento para el desarrollo de actividad comercial, industrial y/o servicios de establecimiento determinado a favor del titular. se ampara en la Ley Marco 28976, Ordenanza 159-MDA y Modificatorias.

A. VIGENCIA:

De conformidad con indicado en el artículo 11 de la Ley N.º 28976, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, artículo 36º de la Ordenanza N.º 159-MDA, La Licencia de Funcionamiento tiene vigencia INDETERMINADA. Sin embargo, La Municipalidad puede expedir licencias TEMPORALES si es que el usuario así lo solicita, en ese sentido, no será necesaria la comunicación de cese de término de la actividad.

B. GRUPOS PARA EL OTORGAMIENTO DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO:

Grupo 1: Establecimientos con un Área de hasta 100 m² y con una capacidad de almacenamiento no mayor del treinta por ciento (30%) del área total del local. Es importante considerar que hay excepciones para establecimientos de uso comercialización de productos tóxicos o altamente inflamable.

Grupo 2: Establecimientos con un área mayor a 100 m² hasta 500 m².

Grupo 3: Establecimientos con un área mayor a 500 m².

C. PROCEDIMIENTO PARA OBTENER LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO:

i. Evaluación de la Entidad Competente: De acuerdo con lo que indica el artículo 6 de la Ley N.º 28976, para otorgar la licencia de funcionamiento, la municipalidad evaluará lo siguiente:

- Zonificación y Compatibilidad de Uso

- Según el D.S.Nº 066-2007-PCM, Se debe contar con las condiciones de seguridad de Defensa Civil.

ii. verificación Previa de Compatibilidad de Uso, zonificación y Giros Afines: La evaluación se realizará de acuerdo con las disposiciones que se encuentran en el Índice de Usos para la ubicación de actividades urbanas vigentes en el distrito de Ate y demás normas aplicables.

iii. Requisitos para Solicitar la Licencia de Funcionamiento:

a) Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada, que incluya:

1. Número de RUC y DNI o Carné de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.

2. Copia simple del DNI o Carné de Extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas, u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.

La información expresada en los puntos 1 y 2 precedentes serán incorporados en un FORMULARIO que debe contener lo siguiente:

- Tipo de autorización que se solicita
- Datos de identificación del solicitante
- Datos del establecimiento
- Giro de la actividad económica
- Cualquier otra información que a criterio de la Municipalidad

b) Vigencia de poder de representante legal, en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta simple.

c) Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad.

d) Derecho de Trámite.

e) Adicionalmente, para el giro de negocio, serán exigible la Copia simple de la autorización sectorial respectiva, cuando se trate de actividades que requieran de ésta para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento.

iv. VALOR DE LA LICENCIA:

Tabla 10. Valor de la Licencia

GRUPO	COSTO
GRUPO 1	S/142.16
GRUPO 2	S/228.43
GRUPO 3	S/59.73

Elaboración propia.

Fuente: Municipalidad de Ate.

En el Anexo 6, se visualiza el Formato de Declaración Jurada para Licencia de Funcionamiento.

2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC

Modalidades

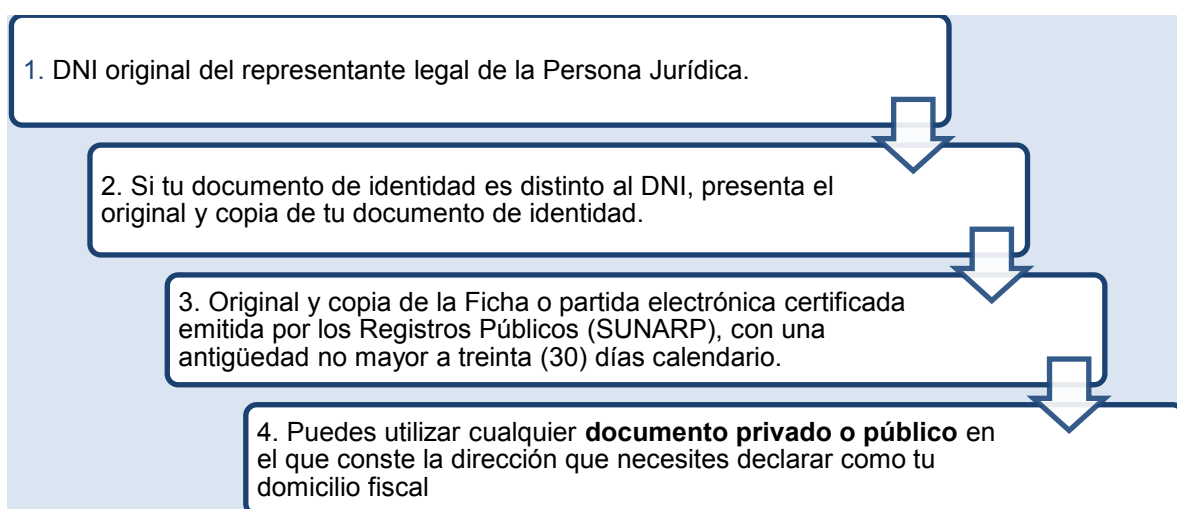
El Registro Único de Contribuyente es el registro que lleva la Superintendencia de Aduanas y Administración Tributarios (SUNAT), el cual cuenta con toda la información del contribuyente: Nombre de la empresa, domicilio fiscal, la actividad del negocio números telefónicos y demás. Es importante considerar que el procedimiento es gratuito.

PARA OBTENER EL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTE (RUC), LA EMPRESA CUENTA CON DOS OPCIONES:

- a) Inscripción a través del Sistema Integrado de Servicios Públicos Virtuales (SISEV): Esta modalidad fue implementada por el Estado para acortar el tiempo. Este trámite se puede realizar si una persona jurídica (Empresa) lo solicita.
 - Se debe ingresar al sistema en línea para constitución de empresas facilitado por SUNARP. Posteriormente se debe seleccionar el módulo Sistema de Intermediación Digital. Este sistema solicitará el registro previo para dar el acceso.
 - Se debe detallar todos los datos que el sistema lo solicita y posteriormente el Notario validará los datos con RENIEC y SUNAT y responderá con el número RUC, clave SOL y constancia de inscripción de la persona jurídica constituida,
 - Se debe activar el RUC de manera virtual mediante el portal de la SUNAT en la sección Operaciones en Línea.

- b) Inscripción al RUC de manera presencial: El representante legal de la empresa debe acudir a un Centro de Servicios de la SUNAT de la jurisdicción donde se inscribió la empresa y presentar los requisitos necesarios para la inscripción al RUC. Se cuenta con un plazo máximo de 12 meses para activar dicho RUC.

Figura 9. Requisitos Necesarios para la Inscripción al RUC



Elaboración propia.

Fuente: SUNAT.

Requisitos Adicionales para una Persona Jurídica (Empresa), presentar los documentos llenados y firmados por el Representante Legal:

Figura 10. Requisitos Adicionales para la Inscripción al RUC

Formulario 2119:	Formulario 2054:	Formulario 2054-Anexo:
<ul style="list-style-type: none"> Solicitud de inscripción o comunicación de afectación de tributos. 	<ul style="list-style-type: none"> Representantes Legales, Directores, Miembros Del Consejo Directivo 	<ul style="list-style-type: none"> Domicilio de los Representantes Legales

Elaboración propia.

Fuente: SUNAT.

RÉGIMEN MYPE TRIBUTARIO – RMT:

La empresa PERUVIAN BERRIES SAC. se acogerá al Régimen MYPE Tributario (RMT). Este régimen fue creado especialmente para las empresas que se encuentran en el Régimen MYPE, el objetivo es promover el crecimiento al otorgarle condiciones simples para cumplir con las obligaciones tributarias. Es importante resaltar que para acogerse al presente régimen se debe cumplir que los ingresos netos no deben superar las 1,700 UIT en el ejercicio gravable.

Tabla 11. Características del Régimen MYPE Tributario – RMT

Detalle	Régimen MYPE Tributario
SE DEBE PAGAR	1. El pago debe ser Pago a cuenta del Impuesto a la Renta:
	1.1. Si el monto de ingresos es menor a 300 UIT, entonces se debe pagar 1% de los Ingresos Netos
	1.2. Si el monto de ingresos partir del mes que supere las 300 UIT, entonces se debe pagar 1.5 % de los Ingresos Netos o Coeficiente E10
	2. Impuesto General a las Ventas (IGV) mensual:18% de sus ventas realizadas
PLAZO DE PAGO	El pago se realiza de acuerdo con el cronograma de obligaciones mensuales
PRESENTACION DECLARACION ANUAL	1. Se paga una regularización del impuesto equivalente a:
	1.1. Para un tramo de ganancia Hasta 15 UIT le corresponde una Tasa sobre la utilidad de 10%
	1.2. Para un tramo de ganancia de más de 15 UIT le corresponde una Tasa sobre la utilidad de 29.5 %
	2. Si los activos superan el S/. 1 000,000 se debe declarar el Impuesto Temporal a los Activos Netos (ITAN), le corresponde una Tasa de 0.4%.
LIBROS CONTABLES	Con Ingresos netos anuales hasta 300 UIT, se debe contar con Registro de Ventas, Registro de Compras y Libro Diario de Formato Simplificado.
	Con Ingresos netos anuales superiores a 300 UIT, Es obligatorio llevar los libros conforme a lo dispuesto en el segundo párrafo del artículo 65° de la Ley del Impuesto a la Renta
AL COMPRAR SE PUEDE EXIGIR	Factura
	Boleta de Venta
	Tickets
	Liquidaciones de Compra
AL VENDER SE DEBE ENTREGAR	Factura
	Boleta de Venta
	Tickets
DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS A LOS COMPROBANTES DE PAGO	Notas de crédito
	Notas de débito
	Guías de remisión remitente, en los casos que se realice traslado de mercaderías.

Elaboración Propia. Fuente: SUNAT.

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

La planilla electrónica es el documento que se lleva a través de la plataforma desarrollada por la SUNAT, allí se puede ubicar la información de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestaciones de servicio, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros aplicables a los practicantes, personal de terceros y derechohabientes.

A partir del 01 de agosto del 2011, la planilla electrónica tiene dos componentes

1. El Registro de Información Laboral (T-Registro)
2. La Planilla Mensual de Pagos (PLAME)

Tabla 12. Componentes de la Planilla Electrónica

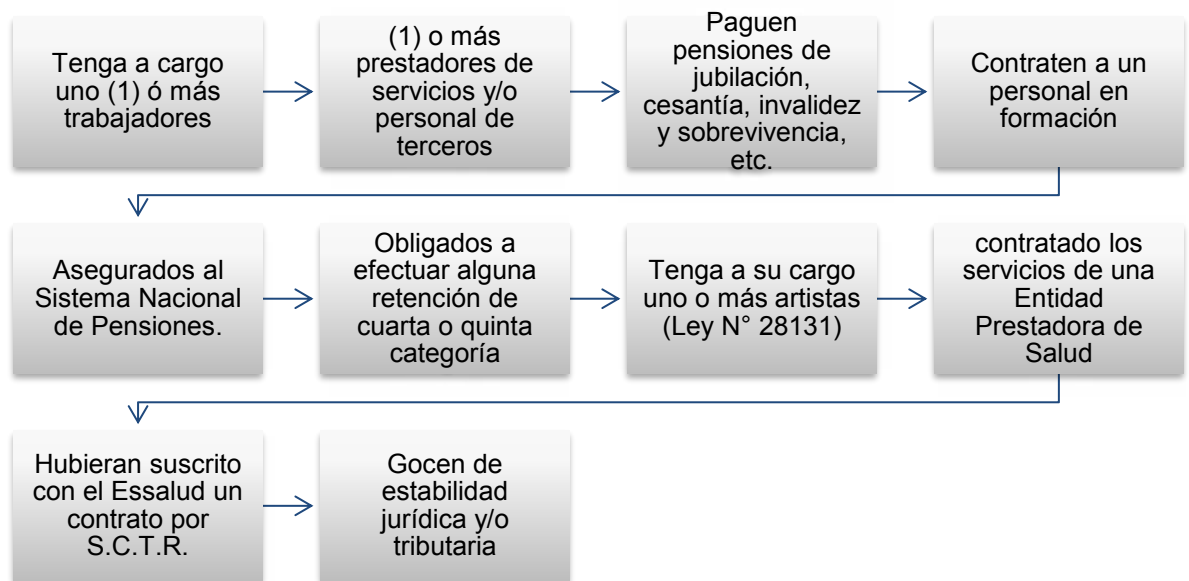
COMPONENTES DE LA PLANILLA ELECTRONICA		
ITEM	T – REGISTRO	PLAME
DESCRIPCIÓN DEL COMPONENTE	Registro de Información Laboral	Planilla Mensual de Pagos
DESCRIPCIÓN	Es el registro de la Información Laboral de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes	Abarca toda la información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y derechohabientes
MEDIO DE ACCESO	El acceso será A través de la Clave SOL, OPCIÓN MI RUC Y OTROS REGISTROS	Para contar con el acceso se debe descargar el programa en www.sunat.gob.pe , se elabora, genera archivo y envía en SUNAT Operaciones en Línea.

Elaboración Propia.

Fuente: SUNAT.

A continuación, se presenta las características de los Sujetos obligados a llevar Planilla Electrónica, son los empleadores que cumplan cualquiera de las siguientes características.

Figura 11. Sujetos comprendidos en la Planilla Electrónica



Elaboración Propia.

Fuente: SUNAT.

Asimismo, es importante precisar de que la empresa debe tener presente las categorías a las que corresponden los sujetos involucrados, de esa manera se puede contar la definición.

Tabla 13. Categorías de la Planilla Electrónica

CATEGORIA	DEFINICION
Empleador	<p>Comprende a toda persona natural, empresa unipersonal, persona jurídica, sociedad irregular o, de hecho, cooperativa de trabajadores, institución privada, entidad del sector público nacional o cualquier otro ente colectivo, que remuneren a cambio de un servicio prestado bajo relación de subordinación. Adicionalmente, abarca a aquellos que:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Paguen pensiones de jubilación, cesantía, invalidez y sobrevivencia u otra pensión -Contraten a un prestador de servicios -Contraten a un personal en formación, modalidad formativa -Realicen las aportaciones de salud, por las personas incorporadas como asegurados regulares al Régimen Contributivo de la Seguridad Social en Salud, tales como los Pescadores y Procesadores Artesanales Independientes. -Realicen por destaque o desplazamiento, los servicios del personal de terceros. -Se encuentre obligado por el D.S. 001-2010-ED u otras normas de carácter especial, a abonar remuneraciones, CTS, bonificaciones y demás beneficios del personal de la Administración Pública que le sea asignado.
Trabajador	<p>Comprende a la persona natural que presta servicios a un empleador bajo relación de subordinación, sujeto a cualquier régimen laboral, cualquiera sea la modalidad del contrato de trabajo. En el caso del sector público, abarca a todo trabajador, servidor o funcionario público, bajo cualquier régimen laboral. Esta también comprendido en la presente definición el socio trabajador de una cooperativa de trabajadores</p>
Pensionistas	<p>A quien percibe del empleador pensión de jubilación, cesantía, invalidez y sobrevivencia u otra pensión, cualquiera fuera el régimen legal al cual se encuentre sujeto y sea asegurado regular al EsSalud.</p>
Personal en formación, Modalidad Formativa Laboral y otros.	<p>Se van a considerar como tales a los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aquellos que prestan servicios bajo alguna de las modalidades formativas reguladas por la Ley N° 28518° o cualquier otra Ley Especial XX - Aquellos que se encuentran bajo la modalidad de Servicio Civil de Graduandos (SECIGRA) en Derecho, regulada por el Decreto Ley N° 26113.
Personal de terceros	<p>Al trabajador o Prestador de Servicios que sea destacado o desplazado para prestar servicios en los centros de trabajo, establecimientos, unidades productivas u organización laboral de otro empleador (declarante), independientemente del hecho de que ambos mantengan un vínculo jurídico. Cabe indicar que se informará en el T- REGISTRO siempre que el empleador del trabajador desatacado o desplazado no haya asumido el pago del Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR), siendo el pago asumido por el Declarante.</p>

Elaboración Propia.

Fuente: SUNAT.

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

La empresa PERUVIAN BERRIES SAC., se acogerá al régimen especial de la MYPE.

De acuerdo con lo indicado en el Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE, la Micro y Pequeña empresa (MYPE), ésta es definida como toda unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, que tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Para calificar y a efecto de acoger a la empresa al Régimen Laboral Especial para la MYPE, es necesario precisar que la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., se encuentra en la Pequeña Empresa.

Por tanto, se realizará una comparación entre el Régimen General o Común y el Régimen laboral especial.

Tabla 14. Cuadro comparativo de Beneficios laborales de los Regímenes Laborales

BENEFICIOS DE LOS TRABAJADORES	REGIMENES LABORALES		
	Régimen general o común	MYPE	
		Micro Empresa	Pequeña Empresa
Remuneración Mínima vital	Todos los trabajadores del régimen laboral de la actividad privada tienen derecho a percibir una remuneración mínima vital, de acuerdo con el monto vigente.		
Jornada máxima de trabajo	La jornada máxima de trabajo es de 8 horas diarias o de 48 horas a la semanal, como máximo. Si el trabajador es menor de edad, se podrá trabajar siempre y cuando se cuente con la autorización del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) y considerando de que las labores no afecten la integridad física, ni psicológica y permitan continuar con tus estudios escolares al menor.		
Derecho al refrigerio	Todo trabajador tiene derecho a 45 minutos de refrigerio, como mínimo.		
Descanso semanal obligatorio y Feriados	Los trabajadores tienen derecho, como mínimo a 24 horas consecutivas, al descanso semanalmente, otorgado preferentemente en domingo. También tienen derecho a descanso remunerado en los días feriados.		

Licencia prenatal y postnatal	Toda trabajadora gestante tiene derecho a gozar de 49 días de descanso prenatal y 49 días de descanso postnatal. Asimismo, después tienen derecho a una hora diaria de permiso para darle de lactar a su hijo, la cual se extiende hasta cuando el menor tenga un año.		
Licencia por paternidad	El trabajador tiene derecho a ausentarse del trabajo durante 10 días con ocasión del nacimiento de su hijo.		
Vacaciones trucas	Se consideran vacaciones trucas aquellas que se dan cuando el trabajador ha cesado sin haber cumplido con el requisito de un año de servicios y el respectivo récord vacacional para generar derecho a vacaciones. En ese caso se le remunerará como vacaciones trucas tanto dozavo de la remuneración vacacional como meses efectivos haya laborado. Es preciso mencionar que para que se perciba este beneficio el trabajador debe acreditar por lo menos un mes de servicios a su empleador.		
Vacaciones	El trabajador tiene derecho a 30 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio. Estas pueden reducirse de 30 días	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.
Compensación por tiempo de servicios (CTS)	Una remuneración mensual, depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).	No corresponde el pago de dicho beneficio.	15 remuneraciones diarias depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).
Seguro de salud	ESSALUD 9% de la remuneración – lo aporta en su integridad el empleador.	Seguro Integral de Salud (SIS) – El empleador deberá realizar un aporte mensual equivalente al 50% del aporte mensual total del régimen semi contributivo del SIS, el otro 50% será completado por el Estado.	ESSALUD 9% de la remuneración – lo aporta en su integridad el empleador
Indemnización por despido arbitrario	Una remuneración y media por cada mes dejado de laborar, en caso sea un contrato a plazo determinado, y una remuneración y media por cada año de trabajo en caso sea un contrato indeterminado; en ambos casos con un máximo de 12 remuneraciones.	10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de noventa (90) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.	20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de ciento veinte (120) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.

Elaboración Propia.

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo.

2.14. Modalidades de Contratos Laborales

El contrato de trabajo está amparado bajo el Texto Único Ordenado del D. Leg. N° 728, Ley de Productividad y Competitividad Laboral, considera que, en toda prestación personal de servicios remunerados y subordinados, se presume la existencia de un contrato de trabajo a plazo indeterminado, la particularidad del contrato de trabajo es que es un contrato normado y que debería existir la remuneración mínima vital, el cual prohíbe que el empleado y el empleador hagan un acuerdo por debajo de la remuneración mínima.

El contrato comprende tres (3) elementos esenciales al que hace mención el artículo 4° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral.

Figura 12. Elementos esenciales de los contratos

1. Prestación Personal de Servicios	2. Realizada de forma subordinada	3. A cambio de una remuneración
•El servicio prestado en el marco de un contrato de trabajo debe ser brindado por una persona física.	•El Trabajador ha de estar sometido al poder de dirección del Empleador.	•El pago en dinero o en especie que el empleador realiza, se lo hace en retribución a la prestación de servicios del Trabajador

Elaboración Propia.

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo.

De acuerdo con la normatividad laboral, hay tres clases de contratos de trabajo:

Tabla 15. Clases de contratos de trabajo

	A. Contrato de trabajo a plazo indeterminado o indefinido	B. Los contratos de trabajo sujetos a modalidad	C. Contrato de trabajo en régimen de tiempo parcial
Duración de Contrato	Tiene una fecha de inicio, pero no una fecha de culminación.	Tienen una fecha de inicio y una fecha de culminación	Aplica para los casos en que la jornada semanal del trabajador dividida entre 6 ó 5 días y los días laborados no pueden ser menor a cuatro.
Modo de Contrato	Se puede celebrar en forma verbal o escrita	Se debe celebrar necesariamente por escrito	Se debe celebrar por escrito
REGISTRO ante el MTPE	No se exige su registro ante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y se puede registrar en planillas y se le otorguen sus respectivas boletas de pagos	Obligatoriamente deben registrarse ante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo dentro de los 15 días naturales de su celebración. Se reconoce 9 modalidades básicas de contratación	Obligatoriamente debe registrarse ante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo dentro de los 15 días naturales de su celebración
BENEFICIOS POR LEY	Tienen derecho a percibir los mismos beneficios que por ley		Carecen fundamentalmente del derecho al pago de CTS y del derecho a la indemnización por despido arbitrario.

Elaboración Propia.

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo.

Para la empresa PERUVIAN BERRIES SAC, se va a optar por contar con 2 contratos de trabajo a plazo indeterminado y 4 contratos de trabajo sujeto a modalidad, es decir que en este último los contratos tendrán fecha de inicio y fecha de culminación. Así mismo, en todos los contratos se considerará los 3 meses de prueba.

Tabla 16. Detalle de Clases de Contrato – Peruvian Berries SAC.

ITEM	PUESTO LABORAL	CLASE DE TRABAJO	Plazo del contrato
1	Gerente General	Contrato de trabajo a plazo indeterminado o indefinido	-
2	Gerente Comercial y Finanzas	Contrato de trabajo a plazo indeterminado o indefinido	-

3	Gerente de Logística	Contrato de trabajo sujetos a modalidad	1 año y 3 meses de prueba
4	Asistente Administrativo	Contrato de trabajo sujetos a modalidad	1 año y 3 meses de prueba
5	Operario 1	Contrato de trabajo sujetos a modalidad	6 meses y 3 meses de prueba
6	Operario 2	Contrato de trabajo sujetos a modalidad	6 meses y 3 meses de prueba

Elaboración Propia.

Dado que en líneas precedentes se indicó que en la empresa PERUVIAN BERRIES SAC, habría 4 contratos de trabajo sujeto a modalidad. Se ha optado por suscribir el contrato denominado, Contrato por inicio o incremento de actividad.

CONTRATO POR INICIO O INCREMENTO DE ACTIVIDAD:

En el artículo 57° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral define el contrato temporal por Inicio o Incremento de Actividad, el cual tiene en consideración el negocio que recién inicia una actividad empresarial y también incrementar una actividad que ya existe. Es importante precisar que la duración máxima del contrato es de tres años.

Ante la incertidumbre y el alto componente aleatorio que comporta, para el inversor o Empleador, el lanzamiento de una nueva actividad empresarial le viene a facilitar el empleo de trabajadores precisos para su negocio y en un plazo prudente. Al cabo de los tres años, el empleador puede realizar una evaluación definitiva y revisar todos los antecedentes, de esa manera puede tomar decisiones acerca del rumbo del negocio.

En el Anexo 7 se visualiza el Modelo de Contrato de Trabajo de Naturaleza Temporal por Inicio o Incremento de Nueva Actividad.

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

De acuerdo con lo que indica el Artículo N° 1351 del Código Civil, el contrato es el acuerdo que se suscribe entre dos o más partes para crear, regular, modificar o extinguir una relación jurídica patrimonial. Las partes, de mutuo acuerdo, determinan el contenido, el mismo que debe respetar las Normas Legales imperativas. Se puede precisar que el contrato tiene como objeto un contenido patrimonial, lo que refiere a bienes e intereses con un contenido económico.

Las partes que intervienen en el contrato se ven obligadas recíprocamente a cumplir con lo establecido. En tal sentido, si una de las partes incumple su prestación, entonces eso se traduce en que está incumpliendo su obligación, y por consecuencia, incumple el mismo contrato.

Figura 13. Características del Contrato

La formatividad	<ul style="list-style-type: none">• Las partes concuerdan mutuamente y expresan la coincidencia de acuerdo a la figurada creada por la Ley.
La subjetividad	<ul style="list-style-type: none">• El contrato es obra de personas con la capacidad jurídica para asumir obligaciones y obtener derechos.
La voluntariedad	<ul style="list-style-type: none">• El contrato es absolutamente libre y voluntario.
La eticidad	<ul style="list-style-type: none">• Se refiere al principio de buena fe, que debe primar entre las partes que suscriben el contrato.
La conmutabilidad	<ul style="list-style-type: none">• Son aquellos contratos en los que las partes tienen una relación de equivalencia proporcional entre sus prestaciones a cumplir

Elaboración propia.

Fuente: Miranda, Adolfo (2016).

Para la empresa PERUVIAN BERRIES SAC, se va a optar por contar con un contrato que por naturaleza es Comercial, el mismo que indica que es un contrato celebrado por comerciantes o empresas y que en adelante se relacionaran con la denominación "Acto de Comercio". En tanto, si se considera la regulación, entonces la empresa será celebrada como un Contrato Típico, dado que se suscribirá de acuerdo con las regulaciones legales específicas que establecerán los alcances y características. Asimismo, se tomará en consideración el Impuesto a la Renta y los que se relacionan con el Impuesto General a las Ventas.

El contrato Típico será: Contratos para la venta de bienes en consignación con el proveedor:

Es aquel contrato en el que una empresa (consignadora) entrega a otra (consignataria) bienes para que se ofrezca al público y se venda. Bajo ese supuesto, la empresa consignataria realizará la compra del bien en el momento que en el cual se transferirá a un tercero. Se refiere a que la venta se producirá cuando los bienes van a ser vendido a un tercero.

El tratamiento del Impuesto a la Renta y el Tratamiento del Impuesto General a la Venta se detalla en lo siguiente:

- Tratamiento del Impuesto a la Renta:

De acuerdo con lo que se señala en Artículo 57° de la LIR, las rentas de la tercera categoría se producen en el ejercicio comercial en que se devenguen.

De acuerdo con lo que se indica en la NIC N° 18, se reconoce el ingreso cuando el vendedor haya transferido al comprador todos los riesgos significativos y los beneficios del bien, y que la empresa no retenga el control ni la continuidad de la administración del producto.

En las ventas en consignación, el ingreso es reconocido por el vendedor cuando los productos son vendidos por el comprador a terceras personas.

- Tratamiento del impuesto general a las ventas:

La obligación tributaria del IGV nace cuando se venden los referidos bienes, momento en que se perfecciona la operación.

En la venta de bienes, la obligación tributaria del IGV se produce cuando se emite el comprobante de pago o en la fecha que se entregue el bien, lo que ocurra primero.

En el momento en que el consignatario (comprador) realiza la venta a un tercero, se genera el hecho imponible del IGV, tanto para el que entregó el bien en consignación (comitente) como para el consignatario que vendió a un tercero.

En lo que refiere a la RESPONSABILIDAD CIVIL DE LOS ACCIONISTAS, la empresa PERUVIAN BERRIES SAC, cumplirá estrictamente en lo indicado por la Ley General de Sociedades (Ley N.º 26887).

Por lo que indica, la Sociedad Anónima es una persona jurídica que cuenta con responsabilidad limitada, lo que quiere decir que los socios

sólo podrán responder por las obligaciones de la sociedad hasta donde alcancen los aportes que éstos hayan efectuado. La Sociedad Anónima es una sociedad de capitales, donde se indica que el capital social se encuentra representado por acciones y la propiedad de la misma, está separada de la gestión de la Sociedad. Asimismo, se puede indicar que la sociedad anónima nace para una finalidad determinada. Los accionistas no tienen derecho sobre los bienes adquiridos, pero sí sobre el capital y utilidades de esta.

Así también, se puede resaltar que la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., contará con dos accionistas. Se puede precisar que las acciones que representan los dos socios son indivisibles, los cuales tienen el mismo valor nominal y cuentan con derecho a voto. La acción otorga al titular legítimo la calidad de socio y le confiere derechos para poder participar e intervenir en la sociedad.

La constitución de la sociedad será en un solo acto, en constitución simultánea, donde el aporte será depositado en una entidad bancaria operativa en Perú. Los fundadores van a suscribir la minuta de constitución, el mismo que deberá ser refrendado por un abogado colegiado en el Perú, asimismo, el documento debe ser elevado a los Registros Públicos ante el notario, finalmente se inscribirá en el Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral de la superintendencia nacional de los registros públicos (SUNARP).

Las acciones emitidas, independientemente de la clase, se representarán en Certificados, por anotaciones en cuenta o la forma que permita la ley. En caso se requiera realizar una Transferencia de acciones, entonces las acciones deben ser anotadas en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.

El accionista que quiera transferir total o parcialmente sus acciones a otro accionista o a terceros debe comunicarlo a la sociedad mediante carta dirigida al Gerente General, en la comunicación se detallará el nombre del posible comprador y, si es persona jurídica, el de sus principales socios o accionistas, el número y clase de las acciones que desea transferir, el precio y demás condiciones de la transferencia.

III. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1. Descripción del producto

La vida acelerada de las personas, la globalización y el cuidado por la salud han orientado los hábitos de consumo hacia los alimentos altamente nutritivos y prácticos para transportar.

El Instituto alemán de Investigación Sociológica (*FORSA*) ha realizado, por encargo del Ministerio federal de Alimentación y Agricultura (*BMEL*), una encuesta enfocada a analizar los hábitos de compra y consumo de alimentos de los alemanes, donde se ha encontrado que, el 72% de los alemanes consumen diariamente frutas y hortalizas, un 82% en el caso de las mujeres y un 61% en el caso de los hombres.

De acuerdo con lo que se indica en la Asociación Federal de la Industria Alemana del Dulce, los *snacks* son productos muy populares en el mercado alemán, indican que los *snacks* son un alimento que se puede compartir, también es importante que se encuentre en las reuniones sociales, banquetes y reuniones informales con amigos.

El Aguaymanto o "*Physalis peruviana*" es un fruto de esta planta silvestre es de forma redonda, pequeña y de color amarillo. Puede llegar a medir en promedio de 1,25 y 2 cm de diámetro.

Este arbusto ha sido cultivado por muchas décadas a lo largo de los Andes de América. Se trata de una planta herbácea erecta, perenne en zonas tropicales y anual en zonas templadas.

El sabor es amargo y agridulce, con un delicioso aroma. Es considerado como uno de los cinco mejores alimentos producidos en el Perú que tiene gran beneficio en la salud.

Entre las propiedades del aguaymanto podemos rescatar el hecho de que es una fruta que puede ser consumida por su alto valor energético para los niños, estudiantes y deportistas al contar con vitamina A, complejo de la vitamina B y C. Además, ayuda a fortalecer el sistema inmunológico dado que contiene antioxidantes, vitaminas A y C, fosforo y potasio. Es importante precisar que los antioxidantes retardan el envejecimiento celular y mejorar el desempeño de las funciones cardiovasculares. Asimismo, se ha comprobado que el aguaymanto contiene propiedades de reducción de colesterol de los pacientes con hipercolesterolemia.

Figura 14. Valor Nutricional del Aguaymanto

Componentes / Components	Por 100 g / Per 100 g	Valores diarios (dieta de 2000 calorías) Daily values (2000 calorie diet)
Humedad <i>Moisture</i>	78,90%	
Carbohidratos <i>Carbohydrates</i>	16 g	300 g
Ceniza <i>Ash</i>	1,01 g	
Fibra <i>Fiber</i>	4,90 g	25 g
Grasa total <i>Total fat</i>	0,16 g	66 g
Proteína <i>Protein</i>	0,05 g	
Ácido ascórbico <i>Ascorbic acid</i>	43 mg	60 mg
Calcio <i>Calcium</i>	8 mg	162 mg
Caroteno <i>Carotene</i>	3.000 iu	5.000 iu
Fósforo <i>Phosphorus</i>	55,30 mg	125 mg
Hierro <i>Iron</i>	1,23 mg	18 mg
Niacina <i>Niacin</i>	1,73 mg	20 mg
Riboflavina <i>Riboflavin</i>	0,03 mg	1,7 mg

Fuente: PROMPERÚ (2019)

El aguaymanto, actualmente tiene un gran potencial debido a que se encuentra en muchas regiones del país, tales como, Áncash, Cajamarca, Junín, Huánuco y Cusco.

Figura 15. Distribución Geográfica



Fuente: PROMPERÚ (2019)

En lo que refiere a la estacionalidad del Aguaymanto, de acuerdo con lo que indica una Investigación de la Universidad Agraria de la Molina. La estacionalidad del aguaymanto en la Sierra es entre los meses de abril a junio. Mientras que la cosecha en la Costa se encuentra entre los meses de octubre y noviembre.

Figura 16. Disponibilidad Estacional



Fuente: Universidad Agraria – La Molina (2016).

El aguaymanto liofilizado 100% orgánico, el cual indica que la fruta no contiene agua, lo que le confiere una textura de *snack Crunch*; Es un producto que no contiene aditivos, saborizantes, preservantes, ni colorantes artificiales. Es una fruta liofilizada en presentación de *Snack* saludable que brinda nutrientes y propiedades que aportan a la salud de las personas, es ideal para los niños, para los estudiantes y las personas que practican deportes. Asimismo, el producto es práctico, por lo que puede ser un alimento que se puede consumir al paso.

El aguaymanto fue deshidratado empleando el método de liofilización, ello refiere a la extracción del agua, el resultado es el fruto que mantiene sus características: fisicoquímicas, nutricionales y organolépticas. El cual permite que la fruta puede ser rehidratada y ser consumida como un *Snack* propiamente dicho, y adicionalmente se puede añadir a las ensaladas, en repostería y jugos o batidos.

El producto será presentado en un envase de polietileno laminado con aluminio con un cierre zip y envasado al vacío, el diseño del envase será realizado cuidadosamente y en el cual se detallará la marca, la imagen referencial, los beneficios de consumir el producto, la tabla nutricional y el peso de contenido.

La Marca del producto es “INKA BERRY”, Se ha optado por el nombre de la marca debido al origen del aguaymanto. Cada bolsa tendrá un contenido de 227 g (8 OZ.), el cual tendrá un precio accesible. El

producto cumplirá con todos los requisitos exigidos por el país de destino. Asimismo, se contará con una acreditación de producto orgánico.

Asimismo, se ha optado por implementar la tecnología del código QR a nuestro producto, el cual derivará a una página especial en el navegador, donde se podrá obtener imágenes e información didáctica del país de origen del aguaymanto. Ello será de utilidad para los consumidores porque conocerán, de primera mano, la información del lugar de donde proviene el alimento que están consumiendo. También es importante precisar que, en el empaque se indicará la página web del producto para las personas que estén interesadas en el producto y las preguntas frecuentes.

3.1.1. Clasificación arancelaria

El producto “Snack de Aguaymanto liofilizado”, será exportado de Perú la siguiente clasificación arancelaria:

Tabla 17. Detalle - Clasificación arancelaria en Origen Perú

SECCION	:	II. PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
CAPITULO	:	8. Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
PARTIDA DEL SISTEMA ARMONIZADO	:	08.13. Frutas y otros frutos, secos, excepto los de las partidas 08.01 a 08.06; mezclas de frutas u otros frutos, secos, o de frutos de cáscara de este Capítulo.
SUB PARTIDA	:	0813.40.00.00 - Las demás frutas u otros frutos

Elaboración propia.

Fuente: SUNAT (2017)

De acuerdo con lo consultado en *Trade Helpdesk – UE*, el HS CODE para el ingreso del producto “Snack de Aguaymanto liofilizado” a Alemania, el Sistema Armonizado sería el siguiente:

Figura 17. Sistema Armonizado – Alemania



Brexit ★ El Reino Unido se retiró de la Unión Europea y es un tercer país a partir del 1 de febrero de 2020. Durante el periodo de transición, que finaliza el 31 de diciembre de 2020, el derecho de la Unión, con algunas excepciones limitadas, sigue siendo aplicable al Reino Unido.



Access2Markets
Su portal de información comercial de la UE para la importación y exportación
Disponibile ahora

Quiero exportar a la UE

Quiero exportar desde: A un Estado miembro de la UE: Código de producto:

Obtenga más información sobre nuestros países socios [Encuentra mi código de producto](#)

Explore nuestra lista de productos

- + Animales vivos; productos animales **SECCIÓN I** (01-05)
- Productos vegetales **SECCION II** (06 - 14)
- + Árboles vivos y otras plantas; bulbos, raíces y similares; flores cortadas y follaje ornamental 06
- + Hortalizas comestibles y determinadas raíces y tubérculos 07
- Frutas y nueces comestibles; cáscara de cítricos o melones 08
- + Cocos, nueces del Brasil y anacardos, frescos o secos, incluso pelados o sin cáscara 08 01
- + Los demás frutos secos, frescos o secos, incluso pelados o sin cáscara 08 02
- + Plátanos, incluidos los plátanos, frescos o secos 08 03
- + Dátiles, higos, piñas, aguacates, guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos 08 04
- + Cítricos, frescos o secos 08 05
- + Uvas frescas o secas 08 06
- + Melones (incluidas las sandías) y papayas (papayas), frescos 08 07
- + Manzanas, peras y membrillos, frescos 08 08

⊕ Albaricoques, cerezas, melocotones (incluidas las nectarinas), ciruelas y endrinas, frescos	08 09
⊕ Otras frutas frescas	08 10
⊕ Frutas y frutos secos, crudos o cocidos al vapor o hirviendo en agua, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante	08 11
⊕ Frutas y frutos secos, conservados provisionalmente (por ejemplo, con gas de dióxido de azufre, en salmuera, en agua con azufre o en otras soluciones conservantes), pero no aptos en ese estado para el consumo inmediato.	08 12
⊕ Frutos secos, excepto los de las partidas 0801 a 0806; mezclas de frutos secos o frutos secos de este capítulo	08 13
○ Albaricoques	08 13 10 00 00
○ Ciruelas pasas	08 13 20 00 00
○ Manzanas	08 13 30 00 00
⊕ Otras frutas	08 13 40 00 00
⊕ Mezclas de frutos secos o frutos secos de este capítulo	08 13 50 00 00
○ Piel de cítricos o melones (incluidas las sandías), frescos, congelados, secos o conservados provisionalmente en salmuera, agua azufrada o en otras soluciones conservantes.	08 14 00 00 00

Fuente: Trade Helpdesk.

3.1.2. Propuesta de valor

Para indicar la propuesta del valor del producto, se ha empleado el lienzo de la propuesta de valor tomando en consideración la información de nuestro cliente, a continuación, se presenta:

Tabla 18. Desarrollo del Lienzo de la Propuesta de Valor

Segmento del Mercado:	Propuesta de Valor
a) Alegrías: <ul style="list-style-type: none"> - Le gusta mantener una buena relación con sus proveedores. - Le gustan los productos de alta calidad porque puede mantener su prestigio comercial. - Le gusta la puntualidad y eficiencia en la cadena de distribución. 	a) Creadores de Alegría: <ul style="list-style-type: none"> - El Gerente comercial puede intercambiar información seguidamente con el cliente para fidelizarlo. - Producto saludable de alta calidad. - Se realiza la cadena de distribución de manera eficiente, elaborando planes de contingencia ante eventualidades.
b) Frustraciones: <ul style="list-style-type: none"> - No cuenta con Snacks dulces de frutas en su catálogo. - No tiene mucha información del origen de sus productos. - Sus clientes demandan productos orgánicos a precio conveniente y justo. 	b) Aliviador de Frustraciones: <ul style="list-style-type: none"> - Brindamos más información detallada de las propiedades saludables del Snack de Aguaymanto. - Compartimos una página web donde se detallarán todos los procesos que se realiza en la cosecha y producción del producto. - se ofrecerá productos de alta calidad, innovador y a un precio acorde al mercado.
c) Trabajo del cliente	c) Producto

- Tarea Funcional del Producto: El cliente quiere adquirir productos saludables e innovadores.
 - Tarea Social del Producto: El cliente se interesa por diversificar su catálogo de productos de alta calidad que serán ofrecidos a su cliente final.
 - Tarea Emocional del Producto: El cliente tiene la sensación de que adquiere productos saludables de alta calidad.

- Aguaymanto liofilizado en presentación de Snack.

Elaboración propia

3.1.3. Ficha técnica comercial

Tabla 19. Ficha Técnica Comercial

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
Producto	Aguaymanto Deshidratado con Método de Liofilización
País de Origen	Perú
Nombre Científico	<i>Physalis peruviana</i>
Nombre Comercial	Aguaymanto, Uchuva, Capulí
Origen	Andino
Clasificación arancelaria	0813.40
Composición	100% Aguaymanto Deshidratado con Método de Liofilización
Beneficios del Producto	Contribuye en la salud de las personas en lo que refiere a: - No se incurriría en Amibiasis - Antirreumático - Disminuye la probabilidad de Asma - Ayuda con la formación de los dientes y los huesos - Ayuda a las personas con dolencias en el Colon, Intestino - Mitiga el cansancio mental - Propicio para las personas con colesterol - Combate la depresión. - Alivia los problemas de la garganta. - Favorece la cicatrización de las heridas - Alivia los cólicos menstruales. - Favorece el tratamiento de las personas con problemas de la próstata gracias a sus propiedades diuréticas. - Combate la sinusitis. - Combate el estrés
Uso	Se puede consumir como Snack Se puede añadir a las ensaladas, jugos o batidos. Se puede rehidratar y emplear en la repostería.
Descripción:	
Sabor:	Dulce característico
Olor:	Característico
Color:	Naranja Oscuro
Textura:	Crocante
Empaque	
Embalaje	Empaque de polietileno laminado con aluminio de 8 oz (227 g)

Tiempo de Vida Útil:	12 meses en un lugar fresco y seco. 24 meses si son refrigerados.
Información Nutricional:	
Datos Nutricionales de aguaymanto 100% deshidratado	
Humedad final:	5,63%
Contenido de Vitamina C:	37,70 mg/100 g.
Calorías	73 kcal
Carbohidratos	20 g
Grasas	0.16g
Proteínas	0.054g
Fibra	4.9g
Calcio	8.0
Fósforo	55.3g
Hierro	1.25g
Vitamina A	1460 U.I
Tiamina	0.100 mg
Riboflavina	0.032 mg
Niacina	1.73 mg
Imagen del Producto Final:	
	

Elaboración propia.

Fuente: Inkaforest

3.2 Investigación del Mercado de Objetivo.

Para determinar el Mercado Objetivo, se revisaron y analizaron el intercambio comercial entre los países, tomando énfasis en las importaciones y exportaciones. Asimismo, se estará considerando los siguientes aspectos:

- Variables Geopolíticas
- Variables Económicas
- Detalle demográfico del mercado
- Aspectos de Negocios
- Estudio del mercado local actual.

3.2.1. Segmentación de mercado objetivo

Para realizar la segmentación del mercado al cual se realizará la exportación del producto, será pertinente realizar un análisis de los aspectos principales de los países que ocupan los cinco primeros lugares en importación de la mercancía del Sistema Armonizado: 0813.40.

Tabla 20. Países Importadores del producto del S.A 0813.40 al 2019

Importadores	Indicadores				
	Valor importado en 2019 (miles de USD)	Cantidad importada en 2019 (Toneladas)	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2018-2019 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)
China	149,832	114,543	1,308	14	18,2
Estados Unidos de América	106,653	12,173	8,761	-3	13
Alemania	75,423	13,254	5,691	1	9,2
Reino Unido	52,934	9,336	5,670	-12	6,4
Viet Nam	30,169	4,421	6,824	-64	3,7

Elaboración propia.

Fuente: Trade Map

Asimismo, se ha considerado los principales aspectos económicos y sociales de los cinco países importadores del Sistema Armonizado correspondiente:

Tabla 21. Datos Demográficos y Económicos de los principales países importadores del S.A 0813.40 al 2019

Criterios al 2019	Países Importadores				
	China	Estados Unidos de América	Alemania	Reino Unido	Vietnam
PBI (Euros)	12.809.322M.€	19.145.333M.€	3.435.210M.€	2.523.313M.€	190.826M.€
PBI PERCAPITA (Euros)	9.180 €	58.485 €	41.350 €	37.760 €	2.138€
TASA DE CRECIMIENTO PBI	11,5%	2,2%	1.5%	1,4%	7,02%
TASA DE INFLACION	2.9%	2.3%	1,4%	1,3%	2.8%
TASA DE DESEMPLEO	3.62%	3,5%	4,4%	4,5%	2,2%
POBLACION	1.395.380.000	327.352.000	83.166.711	67.025.542	95.540.395
IDIOMA OFICIAL	Chino estándar o mandarín	Inglés	Alemán	Inglés	Vietnamita
EXPECTATIVA DE VIDA	76,70	78,54	81	81,3	75,32
DOING BUSINESS	46º	8º	24º	9º	69º

Elaboración propia.

Fuente: Banco Mundial y DatosMacro.

En base a criterios demográficos y económicos se realizará la elección del país al que se exportará el producto. Para ello se ha establecido un puntaje que será como sigue:

1: Malo 2: Regular 3: Bueno

Tabla 22. Selección del País objetivo

Criterios al 2019	Principales Países Importadores				
	China	Estados Unidos de América	Alemania	Reino Unido	Vietnam
PBI (Euros)	2	3	2	1	1
PBI PERCAPITA (Euros)	1	3	3	2	1
TASA DE CRECIMIENTO PBI	3	2	2	1	3
TASA DE INFLACION	1	1	3	3	1
TASA DE DESEMPLEO	2	2	2	3	1
POBLACION AL	3	3	2	1	2
IDIOMA OFICIAL	1	3	2	3	1
EXPECTATIVA DE VIDA	2	1	3	3	1
DOING BUSINESS	1	3	3	3	1
PUNTAJE TOTAL	16	21	22	20	12

Elaboración propia.

De acuerdo con todo lo revisado anteriormente, la empresa “PERUVIAN BERRIES SAC.”, tiene como mercado Objetivo el país Alemania. El producto está orientado a las personas que prefieren los alimentos saludables que puede degustar al paso o entre las comidas.

El producto va dirigido al consumidor que cuente con solvencia económica para adquirir el producto, preferentemente las personas que pertenecen a la clase media – alta de la Sociedad de Alemania. Para los consumidores alemanes, el precio y calidad son criterios determinantes para realizar la compra. El comprador alemán se caracteriza por ser un individuo que usa las plataformas virtuales. Para realizar la compra se debe considerar los siguientes: el orden, la seguridad, la calidad, el confort, la comodidad y el prestigio de la marca.

Asimismo, Alemania es un mercado donde se da mucha importancia a la protección del medio Ambiente y el desarrollo sostenible mediante las empresas socialmente responsables. Por ende, el consumidor alemán tiene preferencia por los productos que hayan sido producidos y elaborados cumpliendo todos los requisitos para mantener en buen estado el Medio Ambiente.

MACROSEGMENTACION:

Tabla 23. Variables Geopolíticas y Económicas de Alemania

Variables Geopolíticas	Nombre oficial	República Federal de Alemania
	Superficie	357.022 km ²
	Población	80.457.737
	Capital	Berlín
	Otras ciudades	Hamburgo, Múnich, Colonia, Frankfurt, Dusseldorf, Bremen
	Situación geográfica	Europa central, bordeado por el mar Báltico y el mar del Norte, situado entre los Países Bajos y Polonia
	Recursos naturales	Carbón, lignito, gas natural, mineral de hierro, cobre, níquel, uranio, potasa, sal, materiales de construcción, madera, tierra de labor
	Clima	Templado y marino; con inviernos húmedos, nublados y fríos; y veranos con ocasionales vientos cálidos de las montañas.
	Sistema político	República federal
	Divisiones Administrativas	16 estados federados (länder): Baden-Wurtemberg, Baviera, Berlín, Brandeburgo, Bremen, Hamburgo, Hesse, Mecklemburgo-Pomerania Occidental, Baja Sajonia, Renania del Norte-Westfalia, Renania-Palatinado, Sarre, Sajonia, Sajonia-Anhalt, Schleswig-Holstein y Turingia; (Baviera, Sajonia y Turingia se consideran Estados libres)
	Crecimiento demográfico	-0,17%
	Población urbana	77,3% de la población
	Esperanza de la vida	80,9
	Edad media	47,4
	Saldo migratorio	1,5 por mil habitantes
	Idioma	Alemán (oficial)
Prefijo telf.	49	
Variables económicas	PBI	4.006 miles de millones USD
	Crecimiento del PBI	1,5%
	PBI per cápita	54.462 PPA
	Balanza cuenta corriente	7,6% del PIB
	Deuda pública neta	a 59,9% del PIB
	Déficit público	Superávit 1,8% del PIB
	Moneda	Euro (EUR)

Elaboración propia.

Fuente: AFI Fichas país. Alemania. (2019)

Figura 18. Mapa de Alemania



Fuente: mapade.org

Dado que se ha realizado un análisis de Alemania, se ha encontrado que Berlín es una de las ciudades más grandes de Alemania, es considerada una ciudad joven, dado que el 55% de la población tiene menos de 45 años, por lo que la edad media está en 42.7 años.

Asimismo, es importante mencionar la población extranjera que actualmente vive en Berlín, esta ciudad es considerada como una ciudad internacional dado la población extranjera ocupa el 21% de la población de Berlín. La mayoría de las personas provienen de Turquía, Polonia y Siria. También, se indica que muchos trabajadores migran de los países industrializados de Europa Occidental y de los Estados de Europa Central y Oriental.

Situación demográfica de Berlín:

Para el presente plan de Negocios, el Mercado Objetivo es Berlín – Alemania, la superficie de la ciudad es aproximadamente de 892 km², es la ciudad capital de la República Federal de Alemania, se encuentra localizado al noreste del país, se ubica a unos 70 Km de la frontera con Polonia. Esta ciudad está atravesada por los ríos *Spree* y *Havel*. Berlín es una de las ciudades más poblada de Alemania, se ubica en el puesto cinco en aglomeración urbana entre los países de la Unión Europea.

Figura 19. Mapa de Berlín



Fuente: Guía de Alemania

A continuación, se puede ver el crecimiento poblacional de Berlín:

Tabla 24. Crecimiento de la Población de Berlín

AÑO	POBLACION	DIFERENCIA
2000	3,382,169	-
2005	3,395,189	+13,020

2010	3,460,725	+65,536
2011	3,326,002	-134,723
2012	3,375,222	+49,220
2013	3,421,829	+46,607
2014	3,469,849	+48,020
2015	3,520,031	+50,182
2016	3,574,830	+54,799
2017	3,613,495	+38,665
2018	3,644,826	+31,331
2019	3,669,491	+24,665
2020 (*)	3,770,000	+100,509

Elaboración propia.

Seguidamente se presenta el detalle de la población que habita en Berlín.

Tabla 25. Detalle de la Población de Berlín

Población Total	3,770,000
Población Urbana	77%
Población rural	15%
Densidad Poblacional	A finales de 2019, la densidad poblacional fue de 4.115 personas por kilómetro cuadrado
Población masculina	49,5%
Población femenina	50,5%
Edad Media	42,7 años
Población Extranjera:	A finales de 2019, 777,345 personas del extranjero estaban registradas en Berlín, aprox. Se agregaron 33,000 en el mismo año.
La participación de la población extranjera:	En la población total es del 21%, la mayoría de ellos provienen de Turquía, Polonia y Siria.

Elaboración propia.

Fuente: businesslocationcenter

Tabla 26. Población de los Distritos Administrativos de Berlín

Barrios	Habitantes	Superficie (km²)	Habitantes (km²)
Mitte	361.986	39,47	9.171
Friedrichshain-Kreuzberg	271.856	52,29	5.199
Pankow	391.204	103,01	3.793
Charlottenburg-Wilmersdorf	314.565	64,72	4.863
Spandau	235.309	91,91	2.561
Steglitz-Zehlendorf	290.117	102,50	2.829
Tempelhof-Schöneberg	338.185	53,09	6.375
Neukölln	318.026	44,93	7.078
Treptow-Köpenick	256.915	168,42	1.532

Marzahn-Hellersdorf	258.569	61,74	4.183
Lichtenberg	280.905	52,29	5.39
Reinickendorf	257.193	89,46	2.879

Elaboración propia.

Fuente: *businesslocationcenter*

Tabla 27. Esperanza de Vida

Esperanza de Vida en años		
Promedio	Hombres	Mujeres
81 años	79 años	84 años

Elaboración propia.

Fuente: OCDE.

Tabla 28. Distribución de la población por Edades

Distribución de la población por Edades	
Menores de 15 años	13,7%
De 15 a 25 años	9,4%
De 25 a 45 años	31,6%
De 45 a 65 años	26,2%
De 65 a más años	19,2%

Elaboración propia.

Fuente: *business location center*

MICROSEGMENTACIÓN:

LOS CLIENTES POTENCIALES: Según *Statistisches Bundesamt*, indica que, el consumo per cápita de frutas secas o deshidratada en Alemania, es de 10.22 Kg por año, de los cuales son los adultos de más de 30 años quienes lo consumen regularmente, pero hay una tendencia para que los niños también puedan consumir el producto.

De acuerdo con lo que indica el Ministerio para Protección al Consumidor, Alimentación y Agricultura, los consumidores optan

por la fruta tropicales deshidratadas debido a que el consumidor valora los altos niveles de betacaroteno o provitamina A.

ASOCIACIÓN DE IMPORTADORES: El mayor porcentaje de las importaciones en Alemania se realiza a través de las empresas importadoras alemanas, los cuales forman la Asociación de Importadores de Alimentos Elaborados de Hamburgo (*Waren-Verein*). En la mayoría de los casos, estas empresas compran, consolidan, re empacan y venden los productos de diversas marcas privadas y a granel.

Los miembros de ésta importante asociación de mercancía son empresas del comercio mayorista y exterior y del comercio minorista de los alimentos.

EMPRESAS DEL SECTOR: Las empresas importadoras cumplen con la función de distribuir los alimentos a los procesadores o a las tiendas por departamento denominado *retailers*.

Estos productos ingresan regularmente por el puerto de Hamburgo y son transportados vía terrestre hacia Berlín, Bremen, Hannover, entre otras.

Tabla 29. Principales marcas del Sector de Alimentos deshidratados

MARCAS LOCALES	IMAGEN	CARACTERISTICAS
<ul style="list-style-type: none"> - Seeberger - Kluth 		<p>Son dos marcas muy reconocidas de renombre que realizan un reempaqueado de sus productos, ofrecen una gran variedad de productos deshidratados para el consumo personal. Éstas marcas se encuentran ubicadas en un gran número de Supermercados, tiendas especializadas y droguerías</p>
<ul style="list-style-type: none"> - REWE - Edeka - Aldi - Budnikowsky - Rossmann 		<p>Son actores en el sector minoristas</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Heinrich Bruening GmbH - Bösch Boden Spies GmbH y Co. 		<p>Son empresas importadoras y mayoristas que importan, almacenan, y en algunas ocasiones reempacando las frutas deshidratadas. Ambas empresas cuentan con mucha experiencia y participación en el mercado.</p>

Elaboración Propia.

Fuente: *Waren-Verein*

FORMALIDAD E INFORMALIDAD

Alemania ocupa la posición 24, de 190 países, en lo que refiere a regulación empresarial favorable a la realización de negocios, de acuerdo con lo indicado con el *Doing Business 2019* del Banco Mundial, ocupando puestos buenos en lo referente a la resolución de insolvencia, acceso a suministro eléctrico, tratamiento de permisos de construcción y cumplimiento de contratos:

Tabla 30. Ranking - *Doing Business* 2019

	Alemania
Facilidad para hacer negocios	24
Apertura de un negocio	114
Tramitación de permisos de construcción	24
Obtención de electricidad	5
Registro de propiedad	78
Obtención de financiación	44
Protección de inversores	72
Pago de impuestos	43
Comercio transfronterizo	40
Cumplimiento de contratos	26
Resolución de insolvencia	4

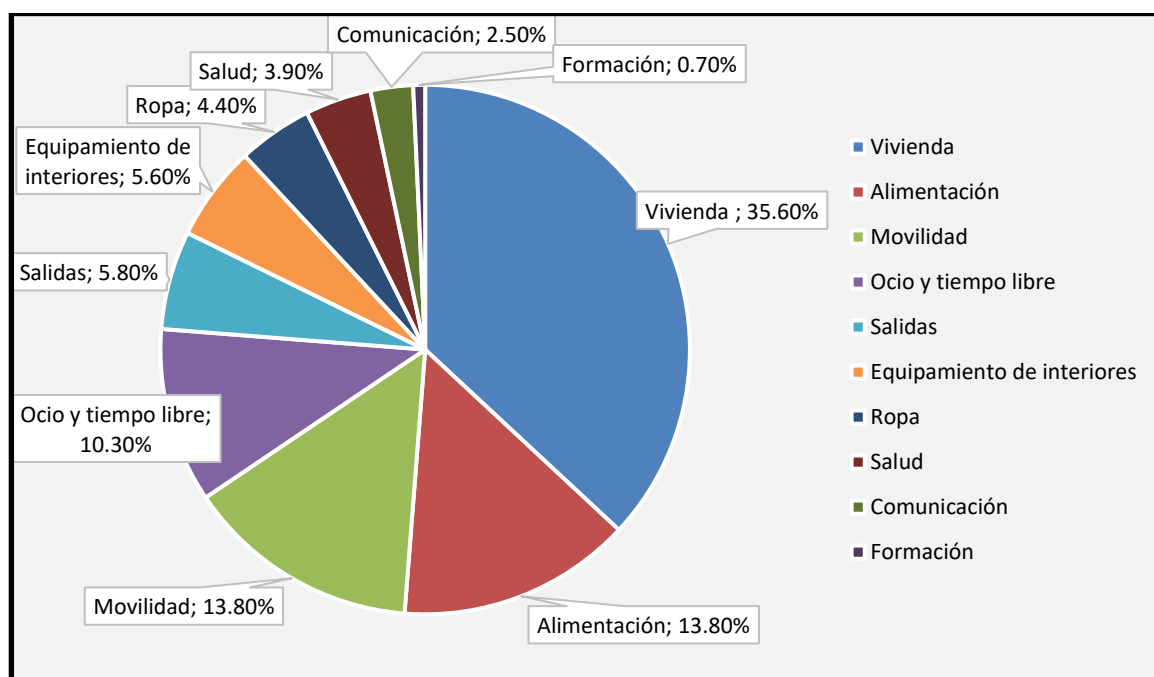
Elaboración propia.

Fuente: Banco Mundial

3.2.2. Tendencias de consumo

Berlín cuenta con un ingreso promedio anual bruto de 41,184 euros. De ello se debe deducir los impuestos y gravámenes. Del resultado, la mayor parte se destina al consumo privado:

Figura 20. Gastos en consumo privado en porcentaje



Elaboración propia.

Fuente: B.Z Berlín y deutschland.de.

Para medir la tendencia de consumo, es necesario analizar las importaciones alemanas de las frutas deshidratadas, a continuación, se muestra:

Tabla 31. Importaciones totales de Alemania de frutas deshidratadas del 2016 al 2018 (en miles de dólares)

PRODUCTO	2016	2017	2018
Banano deshidratado	4,899	6,585	12,357
Piñas frescas o deshidratadas	160,201	147,838	157,844
Papaya deshidratada	210	906	588
Otras frutas deshidratadas	57,585	55,974	65,562

Elaboración propia.

Fuente: Genesis de *Statís* y Pro – Ecuador.

Es importante precisar que se han identificado 5 tendencias importantes de consumo de los alemanes desde el año 2018 hasta la actualidad que se puede aprovechar para el presente proyecto:

1. Las iniciativas sostenibles cobran más importancia: La Certificación sostenible que Indique el Producto es orgánico y Comercio Justo ha creado un nicho de mercado. Sin embargo, ello también limita otras iniciativas de sostenibilidad que realizan las empresas convencionales. Así también, se debe incentivar al uso de Certificaciones alternativas como UTZ y *Rainforest Alliance*.

2. Embalaje reciclable: Actualmente existe una expectativa de las medidas por el uso responsable de los Recursos naturales en los envases, por ejemplo, una tendencia actual es el uso de materiales biodegradables y otras estrategias de reducción de los desechos.

3. Auge en el crecimiento de los minoristas: Existe una demanda creciente por los productos orgánicos, cada vez se buscan más requisitos aparte de la Certificación Orgánica. Los productos veganos están tomando protagonismo, la responsabilidad social en la cadena de suministro y la inocuidad de los alimentos. Los consumidores y minoristas optan por productos que, se produzcan alimentos que generen las bajas emisiones de dióxido de carbono (CO₂) al Medio Ambiente.

4. El consumo de productos bajo en calorías: La creciente atención en el azúcar de los jugos de frutas y refrescos también repercutió en las frutas deshidratadas. Muchos comerciantes y procesadores actualmente optan por adquirir frutas deshidratadas sin azúcar agregada. En general, los consumidores orientan su compra a productos saludables que conserven la textura y sabor original de la fruta.

5. Mas consciencia de los consumidores respecto a los Alimentos: Los consumidores actualmente se informan del valor nutricional y la composición de los alimentos que van a adquirir, incluso ahora dedican más tiempo a leer la etiqueta. En respuesta a esta tendencia, algunas compañías optaron por colocar código QR y códigos de barra en los productos, de manera que el consumidor pueda obtener más información sobre las pruebas que se realizan en el laboratorio y el origen de los ingredientes. Hay una demanda creciente por los alimentos que indiquen que son libres de gluten y sin azúcar.

Si se consideran los aspectos y tendencias que actualmente se desarrollan en el mercado alemán, el aguaymanto deshidratado mediante la técnica de liofilización puede ingresar al mercado alemán tomando en cuenta la importancia del respeto al Medio Ambiente, la responsabilidad social, y el aporte nutricional que busca el consumidor en sus productos actualmente.

También es preciso indicar que hay tendencias con las importaciones de empresas, de las cuales se puede mencionar:

1. Existe la asociación de Importadores de Alimentos elaborados de Hamburgo (*Waren-Berein*), ellos se encargan de realizar las importaciones.
2. Las empresas importadoras compran, consolidan, re - empacan los productos y después los venden con una marca.
3. Las marcas privadas que quieran ingresar al mercado alemán deben presentar los productos en empaques adecuados para que llegue al consumidor final con la propia marca.
4. Las empresas productoras y/o exportadoras que busquen posicionar el producto con la propia marca llegando directamente al minorista/detallista debe conocer bien el funcionamiento del mercado y los flujos de consumo.

En ese sentido, considerando la tendencia de las importaciones, se puede afirmar que, se puede mantener un contacto directo con la Asociación de Alimentos (*Waren-Berein*), de esa manera nuestro producto será demandado en mayor cantidad. La Asociación brinda toda la información necesaria que nuestro producto requiera para su ingreso al país.

3.3. Análisis de la oferta y la demanda.

Para realizar el análisis de la Oferta y a la demanda, se va a realizar el estudio de mercado sobre una base de fuentes de información primarias.

3.3.1. Análisis de la oferta

En el Perú se ha identificado a las regiones de Cajamarca, Ancash, Lambayeque, Huánuco, Junín, Lima, Chachapoyas, Cusco y Huancavelica, como aquellas regiones, que, debido a sus condiciones climáticas, es propicio para la producción de Aguaymanto.

En el año 2014, Perú registró un cultivo de 646 hectáreas de Aguaymanto. Teniendo en cuenta que 1 hectárea produce aproximadamente 2,500 plántulas, cuyo rendimiento es de 6 Kg. / Plántula, por lo que el resultado será 15,000 Kg. De aguaymanto, el cual es equivalente a 15 Toneladas (T.)

Del total de 646 hectáreas de aguaymanto (9,690 T. aprox.):

- Alrededor de 441 hectáreas representaría la producción potencial equivalente a 6,615 Toneladas. Esa cantidad es la que se encuentra disponible para la futura producción o manufactura.
- Mientras que las 205 hectáreas equivalen a 3,075 toneladas que son cultivadas para llegar

posteriormente a realizar la industrialización y comercialización de aguaymanto. Cabe resaltar que estas hectáreas restantes representan solo el 32% de la capacidad total.

A fin de conocer la oferta de aguaymanto que ofrece el Perú, es necesario mencionar la superficie cosechada, producción, rendimiento y precio en chacra de los cultivos que fueron monitoreados por la Dirección de Estadística Agraria de la Dirección General de Seguimiento y Evaluación de Políticas (DGESEP) del MINAGRI en el año 2017. A continuación, se presenta un cuadro comparativo con las principales regiones productoras de la materia prima, aguaymanto al año 2017.

Tabla 32. Superficie cosechada, producción, rendimiento y precio en chacra de los cultivos que fueron monitoreados por DGESEP - 2017

Departamento	Sup. Cosechada (Ha.)	Producción (T.)	Rendimiento (Kg. /Ha.)	Precio Chacra (S/. / Kg.)
Amazonas	7	27	3,876	2.21
Apurímac	6	36	5,917	0.43
Arequipa	8	34	4,206	4.76
Cajamarca	255	790	12,000	2.50
Huánuco	160	934	5,838	1.65
Junín	8	17	2,253	2.5
Lambayeque	73	147	2,014	2.64
Pasco	27	101	3,733	1.82

Elaboración propia.

Fuente: DGESEP - MINAGRI

De la tabla 32, se puede indicar que, el promedio de la superficie cosechada (Ha.) en las principales regiones de Perú es 68 Ha. El promedio de la producción en toneladas es de 260.75. El

rendimiento de Kilogramos respecto a la hectárea sembrada es de 4,980. Y el precio en chacra promedio es de 2.31 soles.

En el contexto internacional, de acuerdo con lo indicado por la Organización Mundial de Comercio (2012), La oferta mundial de Aguaymanto orgánico deshidratado, incluyendo sus productos sustitutos, fue de aproximadamente 70 millones de toneladas.

De acuerdo con lo que indica la pauta metodológica para la Elaboración de los Negocios de Aguaymanto en el marco de la Ley de PROCOPITE y PRODUCE, A raíz de la Integración de los Estados de la Unión europea, sucedido en el año 2001, Sudamérica encontró una oportunidad de realizar negocios con los países de la Unión Europea. Colombia se posicionó como el principal exportador de Aguaymanto deshidratado hacia los países de la comunidad europea.

Ello generó que, desde el año 2001 al año 2012, el comercio internacional de alimentos creció en un 30%. Se puede precisar que Latinoamérica y Asia son los protagonistas de la exportación de más del 35% de alimentos en el mundo.

Según *Trade Map*, Alemania es el cuarto país exportador, en valor exportado de 67.031miles de dólares, de alimentos bajo el HS. 0813.40. Teniendo 11 empresas exportadoras de Frutas

deshidratadas, entre las cuales podemos indicar los que ocupan los tres primeros lugares: Atriplex GmbH, August Töpfer & Co. GmbH & Co. KG y Bösch Boden Spies GmbH & Co. Kg.

Tabla 33. Países Exportadores de la P.A. 0813.40 en la región (En Miles de Dólares)

PAIS	EXPORTACION EN MILES DE DOLARES (USD)				
	2015	2016	2017	2018	2019
Chile	5,281	4,449	3,871	3,933	5,355
Perú	1,978	3,066	3,283	5,355	3,298
Colombia	4,623	2,527	3,469	3,276	2,977
Ecuador	2,235	1,811	1,437	1,264	683
Bolivia	76	128	82	85	51
TOTAL	16,208	13,997	14,159	15,931	14,383

Elaboración propia.

Fuente: Trade Map (2020)

Tabla 34. Países Exportadores de la P.A. 0813.40 en la región (En Toneladas)

PAIS	EXPORTACION EN TONELADAS (T.)				
	2015	2016	2017	2018	2019
Chile	852	680	632	675	520
Perú	536	551	670	981	929
Colombia	424	253	412	331	354
Ecuador	212	180	142	121	74
Bolivia	19	20	28	34	19
TOTAL	4058	3700	3901	4160	3915

Elaboración propia.

Fuente: Trade Map (2020)

A continuación, se mostrará las principales empresas peruanas que exportaron el producto de la P.A 0813.40 y la participación del mercado:

Tabla 35. Empresas Peruanas Exportadoras de la P.A 0813.40

Empresas Exportadoras	%Var	%Part.
	19-18	19
AGRO ANDINO S.R.L.	-2%	31%
VILLA ANDINA SAC	-56%	20%
PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.	-54%	17%
COPROIMPEX SAC	49%	11%
AGROFINO FOODS S.A.C.	23%	5%
ECOANDINO S.A.C.	-35%	3%
ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU SAC	3%	2%
COMERCIAL NAMUCHE E.I.R.L.	290%	2%
GREENBOX SAC	-77%	1%
Otras Empresas (36)	--	6%

Elaboración propia.

Fuente: SIICEX (2020)

Se presenta el detalle de los países de destino de las empresas peruanas que exportan el producto de la P.A 0813.40.

Tabla 36. Principales Mercados de la Exportación peruana de la P.A. 0813.40

Mercado	%Var	%Part.	FOB-19
	19-18	19	(miles US\$)
Países Bajos	-33%	26%	852.74
Alemania	-26%	16%	533.06
Estados Unidos	-57%	15%	479.65
Ecuador	30%	13%	441.18
Canadá	111%	8%	262.96
Corea del Sur	-87%	4%	141.06
Francia	-38%	4%	128.51
Japón	-47%	3%	92.24
Suiza	1%	2%	60.66
Otros Países (24)	--	9%	306.46

Elaboración propia.

Fuente: SIICEX (2020)

Seguidamente, se realizará el análisis de la oferta en el Mercado alemán, se revisarán los primeros países exportadores de la P.A 0813.40

Tabla 37. Países Exportadores de la P.A. 0813.40 hacia Alemania

Exportadores	2015		2016		2017		2018		2019	
	Valor importado (USD)	Cantidad importada, Toneladas (Tm.)	Valor importado (USD)	Cantidad importada, Toneladas (Tm.)	Valor importado (USD)	Cantidad importada, Toneladas (Tm.)	Valor importado (USD)	Cantidad importada, Toneladas (Tm.)	Valor importado (USD)	Cantidad importada, Toneladas (Tm.)
Mundo	55075	8836	64556	10825	62433	11102	74747	13537	75423	13254
China	23170	1958	26039	2364	19985	1917	24412	1977	28254	2513
Chile	6747	1532	6768	1662	5499	1238	7136	1520	6457	1419
Ghana	42	7	1182	247	3949	840	5763	816	5857	947
Polonia	2512	718	3254	542	3615	1533	3552	1999	4012	1584
Austria	1084	164	2329	209	2520	264	2732	334	2670	249
Turquía	2369	537	2662	550	2232	346	2945	461	2585	473
Países Bajos	1063	342	3101	514	2804	618	2187	888	2329	537
España	254	245	1867	1090	494	182	724	145	1723	1108
Lesoto	1315	388	986	310	1484	435	1473	454	1626	503
Serbia	122	20	275	19	293	16	731	69	1543	88
Bélgica	65	9	351	155	344	243	1796	1065	1186	953
Bulgaria	1872	648	2479	790	1779	508	2392	580	1183	218
Colombia	1220	128	417	61	1194	153	1563	184	1171	139
Canadá	562	47	687	58	729	93	1132	233	1142	194
Sudáfrica	1590	328	1226	297	1037	259	944	280	1074	299
Francia	1929	91	861	73	1135	116	793	109	1058	51
Italia	362	137	518	142	794	153	1061	163	923	269
Albania	468	93	640	105	536	106	672	63	815	69
Uzbekistán	174	19	516	82	979	159	1346	207	748	93
Tailandia	667	155	746	164	928	172	1050	254	716	162
Ucrania	251	78	489	197	498	194	814	321	713	224
Perú	224	18	385	35	254	21	531	45	713	67

Elaboración propia.

Fuente: Trade Map (2020)

En la tabla se puede observar que el primer país exportador de la P.A 0813.40 es China, quien en el 2019 representó un Valor importado, de 28,254 (miles de dólares) y 2,513 toneladas. Se observa que los países, en la mayoría de los casos, incrementaron sus exportaciones.

Perú se ubica en el puesto 22, donde en el 2019 realizó la exportación por 713 (miles de dólares) y 67 toneladas. Es conveniente indicar que, a partir del año 2015, a excepción del año 2017, la curva de exportaciones estuvo en ascenso.

De acuerdo con lo que indica *Trade Map* (2020), fueron doce empresas peruanas las que realizaron las exportaciones, el primer lugar es la empresa Baumann Crosby S.A. - Baumann, Crosby S.A., el cual está ubicado en Tacna. Seguido por las empresas que se encuentran en Lima: Corporación Doral S.A.C. y Omniagro S.A.

Tabla 38. Empresas Peruanas Exportadoras de la P.A. 0813.40 hacia Alemania

Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	Ciudad
Baumann Crosby S.A. - Baumann, Crosby S.A.	1	101	Tacna
compañía Agroindustrial Punta Del Sur S.R.L. - Caipsur S.R.L.	2	22	Lima
Corporación Doral S.A.C.	3	15	Lima
CRUZCO ORGANICS S.A.C.	1	0	Piura
GRUPO ORGANICO NACIONAL S.A.	1	6	Lima
MARIGOLD S.A.	1	30	Lima
Omniagro S.A.	1	584	Lima
Peruvian Nature S & S S.A.C.	1	55	Lima
Procesadora Agroindustrial La Joya S.A.C. - Sucursal La Joya	2	0	Arequipa

Ruiz Tataje, Leslie Paola - B&kh Laboratorio Farmacéutico	1	1	Lima
SERVICIOS AGROINDUSTRIALES DEL PERU SAC	1	45	Lima
Sociedad Mercantil (Exportación) S.A. - Somerex S.A.	3	46	Callao

Elaboración propia.

Fuente: Trade Map (2020)

OFERTA LOCAL: A continuación, se presenta la oferta local en el Perú de la P.A. 0813.40.

Tabla 39. Oferta de la P.A. 0813.40 en Perú

Año	Valor Exportado (Miles de US\$)
2015	1,978
2016	3,066
2017	3,283
2018	5,355
2019	3,298

Elaboración Propia.

Fuente: Trade Map.

A fin de realizar la estimación de la Oferta, se va a considerar el precio promedio del producto de la P.A. 0813.40. Así también se va a considerar el Tipo de Cambio de 3.60 soles.

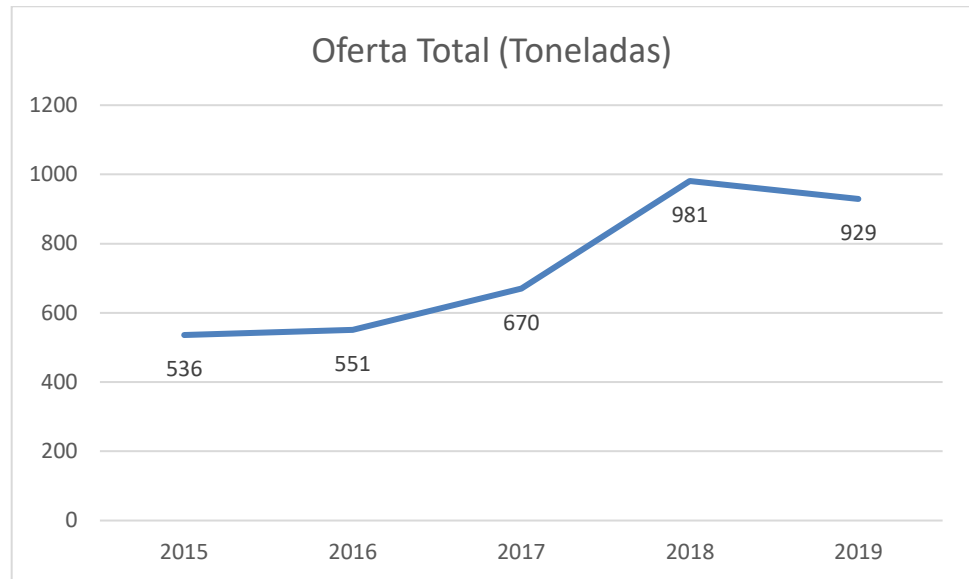
Tabla 40. Información Histórica de la P.A. 0813.40 de Perú

Año	Valor Exportado (US\$)	Precio Unitario (US\$/kg)	Precio Unitario (S/. / Kg.)	Oferta Total (Kg.)	Oferta Total (T.)
2015	1,978,000	3.7	13.3	536,000	536
2016	3,066,000	5.6	20.0	551,000	551
2017	3,283,000	4.9	17.6	670,000	670
2018	5,355,000	5.5	19.7	981,000	981
2019	3,298,000	3.6	12.8	929,000	929

Elaboración Propia.

Fuente: Trade Map.

Figura 21. Información Histórica de la Oferta de la P.A. 0813.40



Elaboración Propia.

OFERTA LOCAL PROYECTADA:

Considerando el cuadro anterior, se va a emplear el método estadístico de los mínimos cuadrados, en la cual se procederá a hallar la proyección de la oferta, el cual está representado por:

$$y = ax + b$$

Dónde:

y = Oferta proyectada.

a = Pendiente.

x = Años (variable independiente).

b = Valor de la intersección de Y cuando x = 0

n = Número de años.

En primer lugar, se hallará los valores de a y b, para lo que se empleará la siguiente fórmula.

$$a = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{n(\sum x_i^2) - (\sum x_i)^2}$$

$$b = \frac{(\sum y_i) - a(\sum x_i)}{n}$$

En la siguiente tabla se hallarán los valores solicitados.

Tabla 41. Tabulación de datos por empleo de fórmulas de mínimos cuadrados

Año	Años (X)	Oferta Total (Toneladas)	X*Y	X ²
2015	1	536	536	1
2016	2	551	1,102	4
2017	3	670	2,010	9
2018	4	981	3,924	16
2019	5	929	4,645	25
	15	3,667	12,217	55

Elaboración Propia.

$$a = \frac{5(12,217) - (15)(3,667)}{5(55) - (15)^2} = 121.60$$

$$b = \frac{3667 - 121.60(15)}{5} = 368.60$$

En tal sentido, la ecuación lineal de datos proyectados de la oferta se representará como se visualiza a continuación:

$$Y = 121.60X + 368.60.$$

Esta ecuación nos permitirá obtener datos proyectados para los años 2020, 2021 Y 2022, los cuales se demuestran a continuación:

$$Y_{2020} = 121.60(6) + 368.60 = 1,098.20 \text{ Toneladas}$$

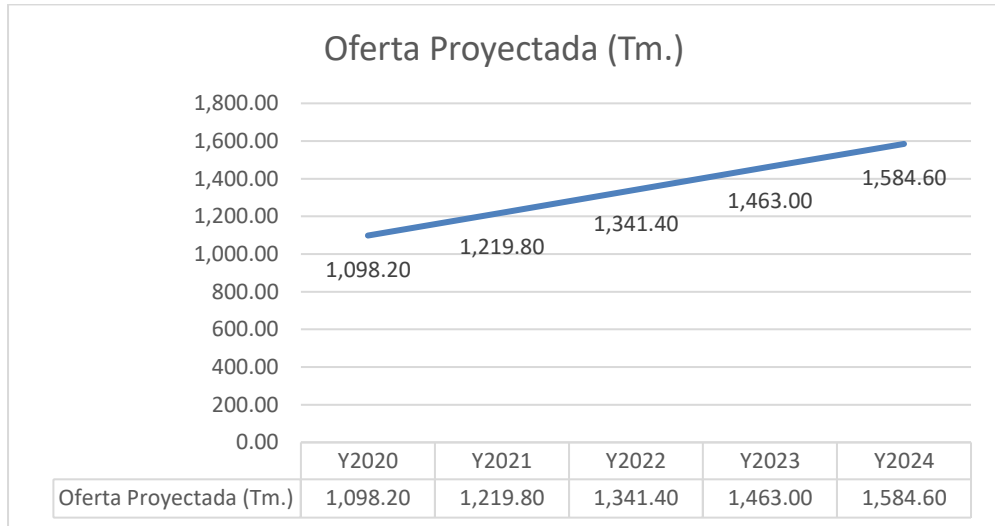
$$Y_{2021} = 121.60(7) + 368.60 = 1,219.80 \text{ Toneladas}$$

$$Y_{2022} = 121.60(8) + 368.60 = 1,341.40 \text{ Toneladas}$$

Y2023 = 121.60 (9) + 368.60 = 1,463.00 Toneladas

Y2024 = 121.60 (10) + 368.60 = 1,584.60 Toneladas

Figura 22. Información proyectada de la Oferta de la P.A. 0813.40



Elaboración Propia.

A continuación, se puede indicar algunos factores o entorno supuesto que pueden influir sobre la oferta:

- Las mejores condiciones de inversión
- Apoyo e incentivo a las empresas.

3.3.2. Análisis de la demanda

De acuerdo con la recomendación de la Organización Mundial de la Salud (OMS), el cual indica que las personas deben consumir, como mínimo, 400 gramos de fruta fresca todos los días. La presentación del Snack es un peso equivalente a los 400 gramos de fruta fresca, en la versión de la fruta deshidratada por el método de liofilización.

El diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define la demanda como “un valor global que expresa la intención de adquirir un producto de entre la colectividad. La curva de la demanda refiere a las cantidades de un producto que la sociedad o los individuos pueden comprar considerando los factores de precio y renta”.

Bajo esta premisa, se considerará la demanda aquellas importaciones que realiza específicamente cada mercado.

A continuación, se mostrarán los países que importan más productos bajo la P.A. 0813.40.

Tabla 42. Países Importadores de la P.A. 0813.40

Exportadores	2015		2016		2017		2018		2019	
	Valor importado (USD)	Cantidad importada, Toneladas (T.)	Valor importado (USD)	Cantidad importada, Toneladas (T.)	Valor importado (USD)	Cantidad importada, Toneladas (T.)	Valor importado (USD)	Cantidad importada, Toneladas (T.)	Valor importado (USD)	Cantidad importada, Toneladas (T.)
Mundo	729859	239461	747935	254352	857077	313786	876293	311806	821437	322815
China	37133	17208	64688	34184	96227	59007	131565	85065	149832	114543
Estados Unidos de América	91932	15762	94334	16760	86913	14477	109905	12984	106653	12173
Alemania	55075	88836	64556	10825	62433	11102	74747	18537	75423	18254
Reino Unido	56456	10083	44693	9170	49920	10077	59968	12023	52934	9336
Vietnam	94200	14345	84506	13080	154850	26212	84321	12169	30169	4421
Canadá	28436	3493	20706	2538	22254	3072	27715	3480	29473	3460
Países Bajos	34437	4857	28184	4243	31196	9389	28618	4331	25719	4138
Francia	20870	3802	20685	3936	25613	5069	26949	5202	22288	5174
Hong Kong, China	17244	2005	24737	3129	26319	3617	16620	2222	19709	3111
Japón	14143	2089	18383	2502	15908	2174	18724	2240	17398	2016
Malasia	12867	17420	15566	14919	20330	17040	17643	17201	17090	16701
Polonia	12321	3977	10219	2590	11667	3017	13738	2939	14354	2829
Italia	24066	4715	20509	6374	17482	4931	13284	3842	13906	4674
Pakistán	10838	18333	9612	11360	10822	24526	11155	17748	13796	14642
Australia	16367	3124	15455	2763	13495	2482	11979	2177	13306	2058

Elaboración propia.

Fuente: Trade Map (2020)

Se realizó el detalle de la demanda y se obtuvieron los principales países que importaron los productos de la P.A. 0813.40, los cuales ocupan los primeros lugares: China, Estados Unidos de América y Alemania. Es preciso indicar que estos países importan en volúmenes grandes y son mercados que demandan los productos de la P.A. señalada

Determinación de la Demanda Aparente:

Se realizará el cálculo de la demanda insatisfecha del producto de la P.A 0813.40. Las unidades serán expresadas en Toneladas.

Tabla 43. Cálculo de la Demanda Aparente

Año	X	Importaciones de todo el Mundo de Alemania (miles USD)	Producción de Alemania (T.)	Exportaciones Peruanas (miles USD)	BRECHA (Impo + Producc - Export peruanas)
2015	1	55,075	0	257	54,818
2016	2	64,556	0	349	64,207
2017	3	62,433	0	261	62,172
2018	4	74,747	0	720	74,027
2019	5	75,423	0	529	74,894

Elaboración propia.

Fuente: Trade Map (2020)

DEMANDA ACTUAL Y PROYECTADA EN BERLÍN.

Se puede indicar que el potencial de consumo del mercado alemán es considerable, así también se puede observar que hay poca participación de los países de Sudamérica, también es conveniente señalar que Perú cuenta con distintas regiones que producen la materia prima, asimismo, hay muchos puertos para la exportación.

En puntos anteriores se ha detallado los aspectos demográficos y económicos. Así también se observó que el consumidor alemán destina el 13.8 % de su ingreso mensual en alimentación. Es preciso mencionar que hay una población considerable de extranjeros que están dispuestos a probar sabores nuevos.

Como se ha mencionado anteriormente, de acuerdo con lo que indica *Statistisches Bundesamt Wiesbaden*, el consumo per cápita de frutas deshidratadas o secas en Alemania es de 10.22 Kg. por año. Asimismo, se ha indicado que la población se divide en cinco grupos de edades, donde el mayor porcentaje de población participa en la economía del país.

Considerando todo lo anteriormente expuesto, el consumo variado podría estar relacionado con el crecimiento poblacional, en ese caso se estará realizando la estimación de la demanda tomando en cuenta que un aproximado del 75.9% de la población participa activamente en su mercado laboral. Se estará tomando en cuenta la población de Berlín del año 2019 que es de 3,770,000 habitantes. En ese sentido, se tomará en cuenta 2,827,500 habitantes, que representa el 75%. Y de acuerdo con lo que indica el Banco Mundial, la tasa de crecimiento demográfico es 0.27%.

Considerando los datos mencionados, se va a realizar la proyección de la población potencial que podría demandar éste

producto, para ello, se empleará la fórmula de población proyectada, el cual indica los siguiente: $PF = PI (1 + i)^n$

Donde:

PF = Población final.

PI = Población inicial.

I = Tasa de crecimiento.

n = Número de años

Aplicando la formula, se obtiene el siguiente cuadro:

Tabla 44. Estimado de la población que será demanda potencial de Berlín

N°	Año	población Inicial - PI (Hab.)	$(1+0.00027)^n$	Población Final PF (Hab.)
0	2019	2,827,500	1.00000	2,827,500
1	2020	2,827,500	1.00027	2,828,263
2	2021	2,827,500	1.00054	2,829,027
3	2022	2,827,500	1.00081	2,829,790
4	2023	2,827,500	1.00108	2,830,554
5	2024	2,827,500	1.00135	2,831,317

Elaboración propia.

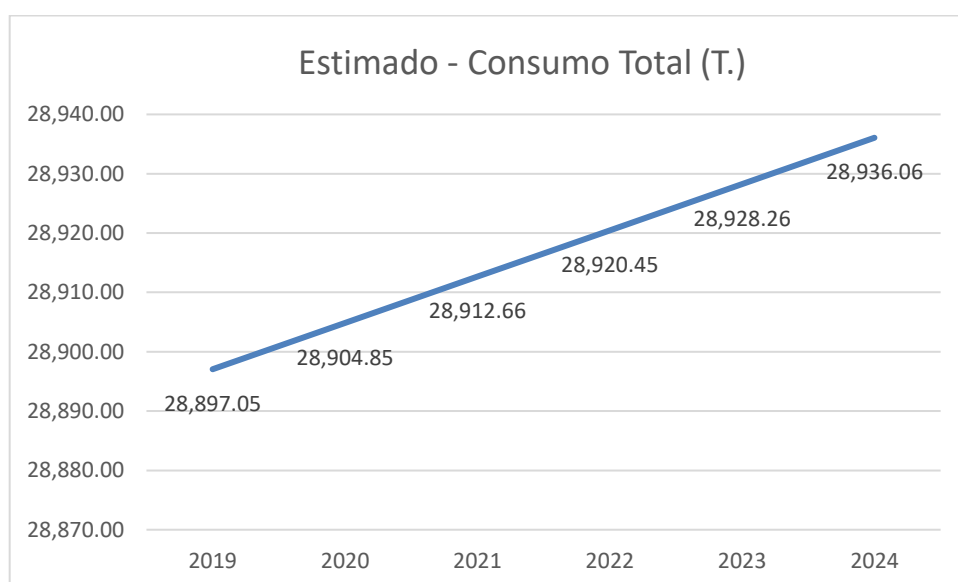
De acuerdo con lo que indica *Statistisches Bundesamt, Wiesbaden*, el consumo per cápita de fruta deshidratada en Alemania, es de 10.22 Kg. por habitante durante el año, en presentación de snack y con cereales, considerando esos datos se puede obtener lo siguiente:

Tabla 45. Estimado de la demanda futura de frutas secas o deshidratadas en Berlín

Año	Población con demanda potencial (Hab.)	Consumo promedio x habitante (Kg. / Hab.)	Consumo Total (Kg.)	Consumo Total (T.)
2019	2,827,500	10.22	28,897,050	28,897.05
2020	2,828,263	10.22	28,904,848	28,904.85
2021	2,829,027	10.22	28,912,656	28,912.66
2022	2,829,790	10.22	28,920,454	28,920.45
2023	2,830,554	10.22	28,928,262	28,928.26
2024	2,831,317	10.22	28,936,060	28,936.06

Elaboración propia.

Figura 23. Proyección de la demanda futura de frutas secas o deshidratadas en Berlín.



Elaboración propia.

De todo lo revisado, se puede indicar que ésta propuesta cuenta con una demanda creciente. Adicional, se puede mencionar algunos factores que podrían afectar a la proyección de la demanda en el mercado de destino, se puede mencionar:

- Variación en la tasa de crecimiento
- Cambios de preferencia de consumo de alimentos
- Situación política

3.4. Estrategias de Ventas y Distribución

3.4.1. Estrategias de segmentación

La estrategia de segmentación que se utilizará será el Método el desglose y el *Buyer Persona* (Anexo 9). Se realizará en la ciudad de Berlín, en las zonas urbanas con tendencia empresarial.

A continuación, se presenta el método del embudo, en el cual se ha segmentado de acuerdo con las características de los productos que son importados por las empresas alemanas:

Tabla 46. Método del Desglose

Variable Vinculante	Fuente	Valor Estimado	Potencial de Mercado (millones de Euros)
Empresas Minoristas / Detallistas que importan alimentos	PROMPERU		155.9
Empresas Minoristas / Detallistas que importan alimentos orgánicos	PROMPERU	30%	7.6
Consumo de alimentos orgánicos en Alemania	Univ. De Bon - Alemania	45%	7.0
Consumo de Snacks salados	consultora Symphoni y IRI Group	25%	2.19
Consumo de Snacks dulces	consultora Symphoni y IRI Group	65%	1.68

Elaboración propia.

También es conveniente mencionar que se realizó el *Buyer* persona para conocer las características de nuestro comprador ideal. Se puede ubicar en el Anexo 9.

Debido a que el presente plan de negocio tiene como objetivo realizar una exportación *Business to Bussines* (B2B), el perfil del cliente ideal se ha realizado tomando en cuenta las características del empresario ideal alemán.

Es preciso indicar que, el *Buyer* Persona es la representación ficticia del cliente ideal que se pretende tener para el presente plan de exportación. El perfil del cliente ideal se ha realizado tomando como base las características demográficas, considerando el entorno del país de destino. También se ha incluido la historia personal, objetivos, retos personales y profesionales, motivaciones y preocupaciones de nuestro cliente ideal.

3.4.2. Estrategias de posicionamiento

La empresa PERUVIAN BERRIES SAC., con su Marca “Inka Berry” cuenta con el concepto de un producto orgánico y de alta calidad, ofreciendo un alto valor nutricional que los productos promedio que actualmente existen en el mercado, en un envase práctico y a un precio inicial de descreme.

El mensaje que nuestro cliente empresario de nuestra marca recibirá será:

Snack de fruta saludable con alto valor nutricional, *Snack* de un superalimento liofilizado, y con el adicional de ser Snacks de un producto funcional y nutracéutico.

La marca Inka Berry, quiere que el cliente empresario cuente con un producto innovador en su catálogo de productos, por lo que se indicará: *“I’m here for the healthy snack”*, el cual puede ser transmitido a sus clientes finales. Según el siguiente gráfico se mostrarán las características principales a considerar:

- Nivel superior de calidad (alto nivel proteico y nutricional).
- Nivel de precio promedio respecto a la competencia.

Para ello, se han identificado las principales marcas de Snacks saludables que se encuentran en el catálogo de nuestros clientes empresarios alemanes

Tabla 47. Marcas de Snack Saludables - Alemania

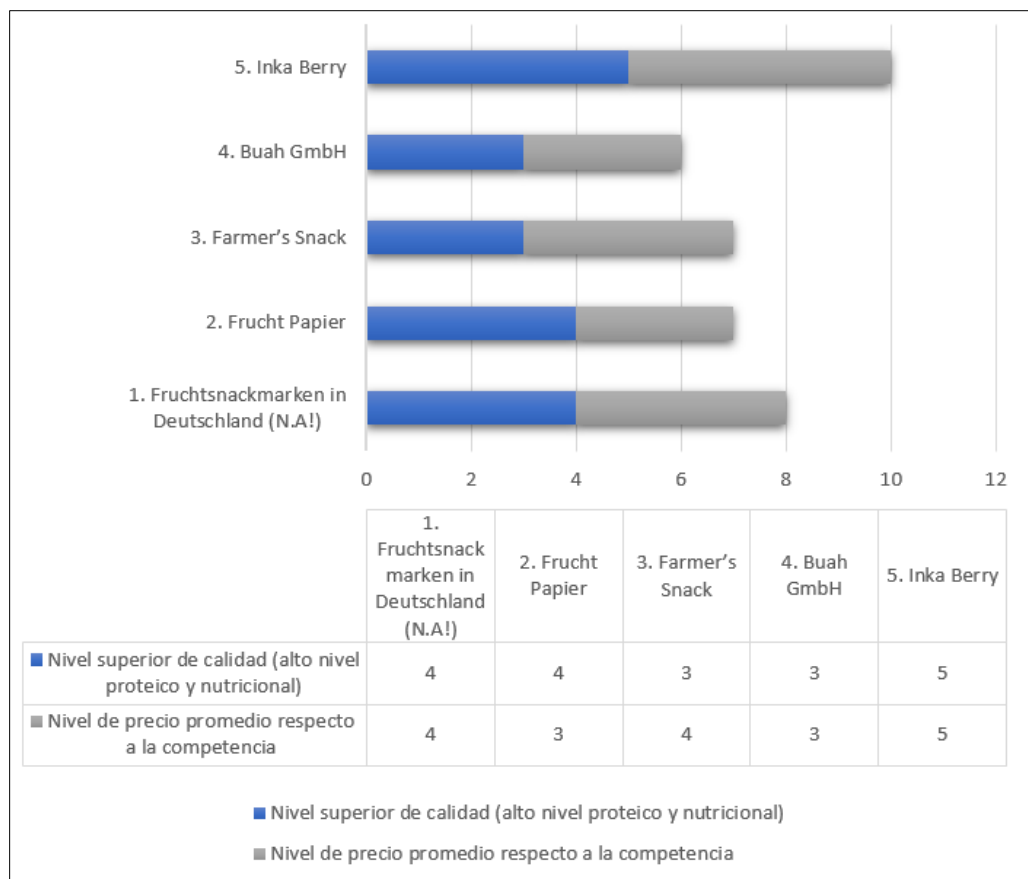
Marcas del Producto	Imagen
Fruchtsnackmarken in Deutschland – N.A!	
Frucht Papier	



Elaboración propia.

Fuentes: Asociación de Alimentos Elaborados (Waren-Verein)

Figura 24. Mapa de posicionamiento de Inka Berry (Supuesto)



Elaboración propia.

Fuentes: Asociación de Alimentos Elaborados (Waren-Verein)

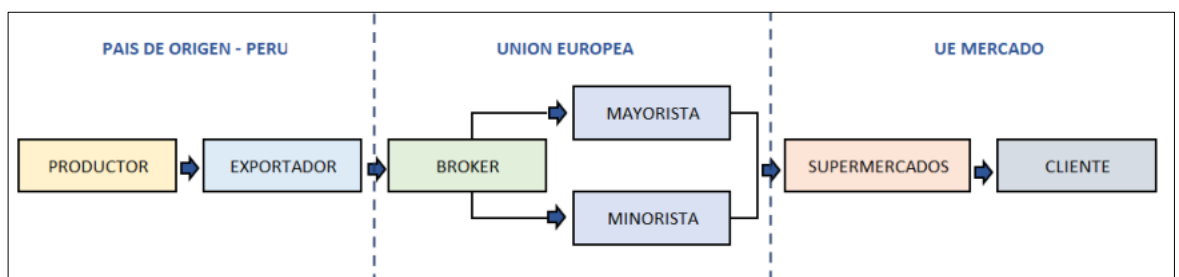
3.4.3. Estrategias de distribución

El objetivo es la distribución del producto de Inka Berry dentro de Berlín, Alemania es un Recurso clave. Se ha determinado que esta distribución se realizará bajo un Acuerdo Comercial con *Brókeres y/o wholesalers* (compañía de empresas mayoristas que realizan ventas de productos comestibles).

La estrategia que se va a aplicar será la de realizar el Acuerdo Comercial con el *Bróker*, el producto de Inka Berry será distribuido a su red de tiendas: Asociación de Importadores de Alimentos Elaborados de Hamburgo (*Waren-Verein*), dado que el socio estratégico es quien tiene una relación cercana.

La distribución de los productos Inka Berry, se realizará tal como se muestra en la siguiente imagen. Es importante precisar que la Asociación de Importadores de Alimentos Elaborados de Hamburgo (*Waren-Verein*) actuarán como mayoristas y minoristas.

Figura 25. Canal de Distribución



Elaboración propia.

3.5. Estrategias de Promoción

La promoción de los productos de Inka Berry se enfocará en lo siguiente:

A. Participación en Ferias Comerciales Internacionales: Se realizará la participación en las ferias Internacionales, ello con el fin de promocionar y dar a conocer nuestro producto con *brokers* alternativos, fidelizando a nuestros clientes y atrayendo el interés de potenciales clientes, para ello se prepara todos los materiales y se hará énfasis en nuestra propuesta de valor. Las Ferias en las que se participará serán las siguientes:

- Feria Expo Alimentaria – ADEX: Debido a la coyuntura, la Feria se realiza mediante su plataforma Virtual. Ello exige a que los participantes se asuman el reto de la Transformación digital acelerada y se ha tenido que realizar las negociaciones en las plataformas virtuales. Esta feria está dirigido a los futuros clientes de Alemania, en la búsqueda de clientes con potencial y así fortalecer nuestra cartera de clientes.
- Feria ANUGA: Es una feria donde se exponen productos del rubro de alimentos, se realiza en el mes de octubre. Es importante precisar que la Feria ha indicado algunas tendencias alimentarias para el desarrollo de la feria en el año 2021, de entre ellas se puede rescatar: Los productos denominados “*Convenience & Snacking*” y “*Free Form & Health foods*”,

B. Redes Sociales:

Publicidad mediante Instagram: La publicidad de la marca se puede realizar mediante esta red social, dado que es muy popular entre la población de Alemania. De esa manera, los usuarios pueden dar una opinión y realizar publicaciones del producto, haciéndolo interactivo.

C. Código QR en los productos:

El producto contará con un código QR, en el cual se detallará toda la información del proceso productivo para obtener el aguaymanto orgánico. Asimismo, se hará especial énfasis en el origen y la denominación de Super alimento. Así como el respaldo de la Marca Perú.

Tabla 48. Herramientas de promoción al consumidor final

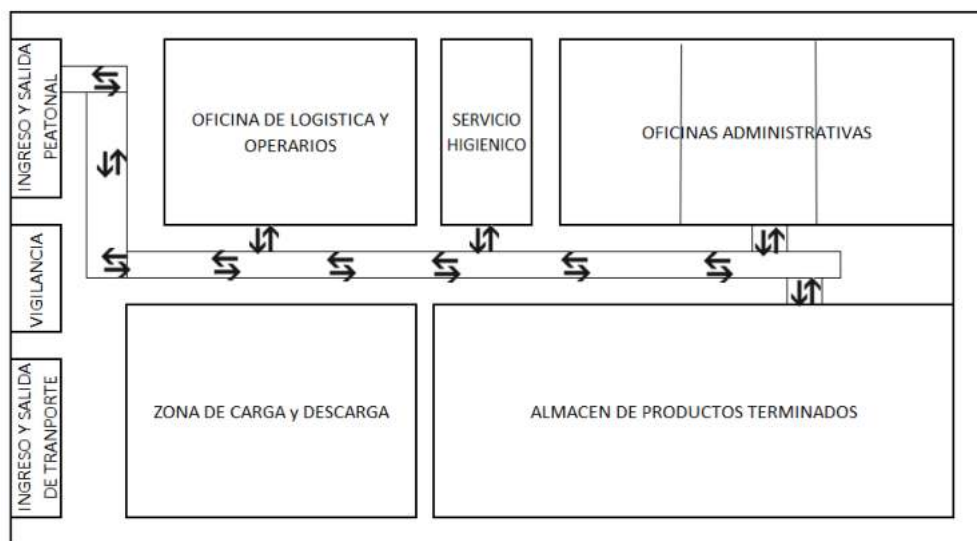
Ítem	Herramientas	Tipos	Descripción
1	Herramientas de Promoción al Consumidor Final	Muestras	Se ofrecerán muestras gratis a nuestro cliente empresario para que pueda ser entregado a su consumidor final.
		Materiales en Punto de Venta (POP)	Se entregará material con información de nuestro producto a nuestro cliente empresario para que pueda ser entregado a su consumidor final.
2	Herramientas de Promociones Comerciales (Bróker)	Incremento de orden de Pedido	Se contará con un incremento en el pedido, en el tercer y quinto año proyectado se incrementará en un 5%. A partir del quinto año se puede negociar % de incentivo para el bróker por orden de pedido confirmado.
3	Herramientas de promoción Empresarial	Ferias Comerciales y Convenciones	Participación en la Feria Expo Alimentaria - ADEX (Perú) y la Feria de Alimentos - ANUGA (Alemania)
4	Herramientas de Comunicación	Redes Sociales	Instagram
		Código QR	código de barras bidimensional cuadrada que puede almacenar los datos codificados de nuestro producto, las personas pueden utilizar un smartphone para utilizarlo.

Elaboración propia.

3.6. Tamaño de planta. Factores condicionantes.

La Planta estará localizado en el distrito de Ate, Tendrá un área total de 130 m², de las cuales se tendrá 4 oficinas, 1 servicio Higiénico y almacén de Productos Terminados.

Figura 26. Maquetación de las oficinas y Almacén – Ate



Elaboración propia

Asimismo, es importante indicar cuáles son los principales factores condicionantes que se va a considerar en la empresa de PERUVIAN BERRIES SAC:

Figura 27. Factores Condicionantes

Referente al Almacen de Productos Terminados	Referente a la Mano de Obra
<ul style="list-style-type: none"> •El tamaño del negocio está acorde al almceanje y despacho del producto terminado. Se cuenta con un almacen, el cual está acondicionado para mantener la carga en óptimo estado. 	<ul style="list-style-type: none"> •La mano de obra es calificada y se priorizará la capacitación constante a fin de actualizar la informacion. Además las condiciones y beneficios laborales van acorde a lo exigido por Ley.

Elaboración propia.

IV. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

La comercialización del producto requiere una calidad óptima, un buen servicio y un precio acorde al mercado. Sin embargo, estos elementos deben ser complementados con la logística.

En ese sentido, es preciso indicar que una buena gestión de logística nos conllevará a obtener un proceso eficiente.

De acuerdo con lo que se indica en la Revista Paakat (2016), se podría indicar que la logística en el ámbito internacional se puede considerar una piedra angular. Se puede definir como aquel conjunto de obras e instalaciones que hacen posible el flujo de acopio, producción y consumo, todo ello con la finalidad de satisfacer las exigencias de la Cadena de Suministro. Para ello se hará uso de los modos de transporte, las instalaciones y terminales especializados, lugar donde se realizan los movimientos de carga en combinaciones intermodales, mediante procesos de transferencia, transbordo, ruptura y trasvase de las mercancías (Valles y Ortiz, 2011)

4.1. Envases, empaques y embalajes

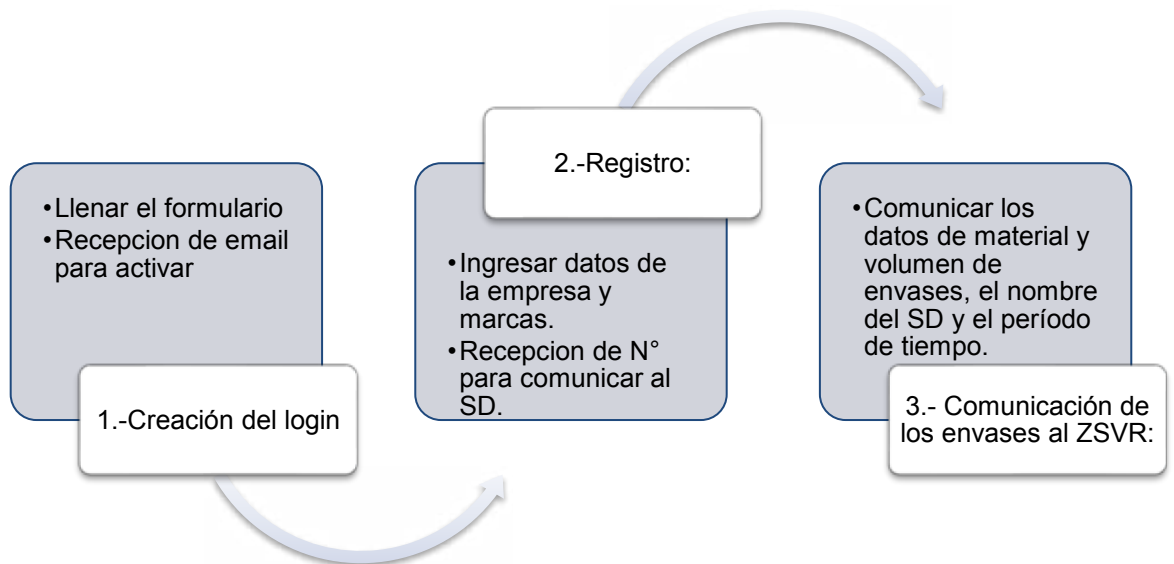
4.1.1. Envase

Es preciso indicar que el 01 de enero del 2019, entró en vigor la Nueva Ley Alemana de envases (VerpackG), es la que sustituye a la anterior (Verpackv). La Nueva Ley crea la fundación llamada Stiftung Zentrale Stelle Verpackungsregister (ZSVR), lo que indica la creación de una agencia central ante la que los fabricantes se

deben registrar y comunicar los datos del envase que se va a enviar al Mercado Alemán. Todos los fabricantes que pongan en circulación sus productos por primera vez están obligados a realizarlo.

Los envases que se deben registrar son todos aquellos que, terminarán en los hogares de los consumidores finales o lugares públicos equivalentes. El registro se lleva a cabo mediante la plataforma denominada LUCID (Transparencia), el cual es dirigido a todo el público en general y es gratuito. Además, se puede realizar en línea y en idioma inglés. A continuación, se muestran los pasos que se deben seguir:

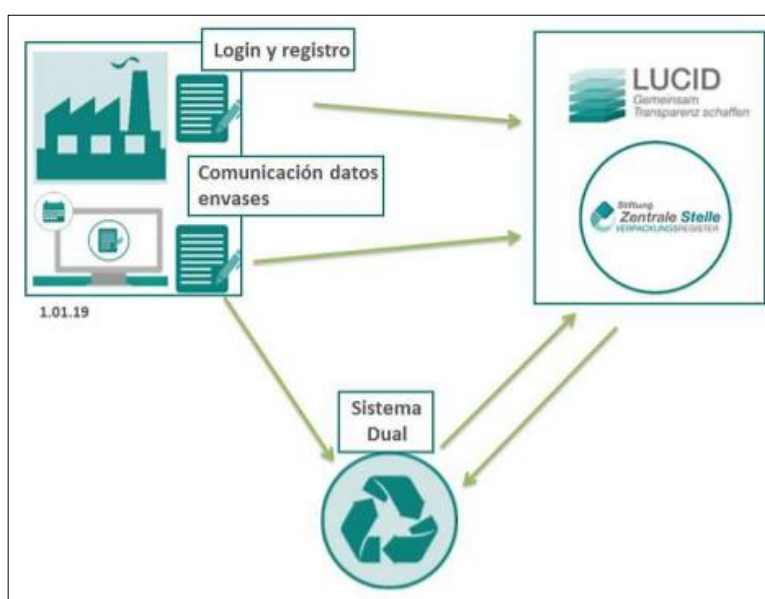
Figura 28. Pasos para el registro del envase.



Elaboración propia.

Fuente: ICEX. España Exportación e Inversiones

Figura 29. Esquema de pasos para el registro del envase



Fuente y Elaboración: ICEX. España Exportación e Inversiones.

ENVASE DEL PRODUCTO:

Para el producto del presente plan de negocios, se ha optado que nuestro producto será comercializado en una bolsa *Doy Pack* de aluminio trilaminado (PET, Aluminio y Polietileno), el cual contiene un gramaje total de 250 aproximadamente y contará con un cierre *zipper*, el cual tiene la ventaja de resellar después de haber sido abierto, de esa manera se evita la pérdida de aroma y textura de nuestro producto.

El producto será envasado al vacío y etiquetado. En la etiqueta se mencionarán la fecha de vencimiento, la marca de origen, certificados, ingredientes, indicaciones de manipuleo y el nivel de humedad para la conservación del producto. Asimismo, será conveniente colocar la marca "*Green Dot*", el cual simbolizará el

reciclaje, ésta marca está presente en los productos de Alemania y es recomendable.

Es preciso indicar que, con el objetivo de incrementar la demanda, muchos productos de comida saludable optan por colocar “*claims*” en los empaques de sus productos, entre ellas se puede observar: “*100% Natural*”, “*Gluten Free*”, “*sustainable*”, “*Fair Trade*”. Asimismo, el envase contará con la información nutricional. Adicionalmente, se indicó que se colocará un código QR en el envase, este código de barras dimensional permitirá al usuario interactuar con nuestra marca y la información del producto a través de un *smartphone*.

El producto tendrá un peso de 227 g., el cual representa 8 Oz. Se colocará el peso en gramos, dado que Alemania considera un Sistema Métrico. Pero también se colocará en onzas para el público de otros países que utilizan el Sistema Imperial.

Figura 30. Logo y eslogan de la Marca




Elaboración propia.

Figura 31. Envase del producto



Elaboración propia.

Tabla 49. Dimensiones del Envase

Peso (Gramos)	Tamaño (Onzas)	Largo (cm)	Ancho (cm)	Altura (cm)	Imagen de Envase
227	8	15	8	21.5	ancho = 8  largo = 15 alto = 21.5

Elaboración propia.

Fuente: Swiss Pac Perú

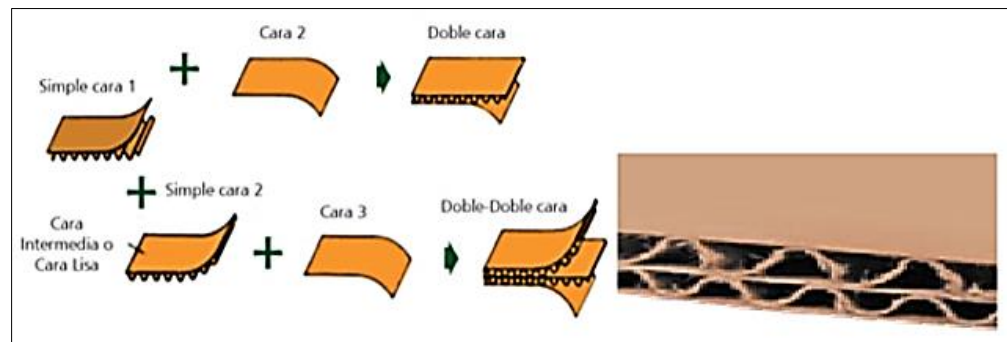
4.1.2. Empaque

El empaque del producto presentado será de material de cartón corrugado de cara doble-doble, el cual contará con separadores

en la parte interna de la caja. Este empaque protegerá el producto en todo el transito hasta su llegada a destino.

El tipo de corrugado de la caja de cartón será el Cartón corrugado de cara doble – doble, este tipo de cartón es de gran resistencia y es óptimo para la exportación.

Figura 32. Tipo de cartón corrugado



Fuente: SIICEX

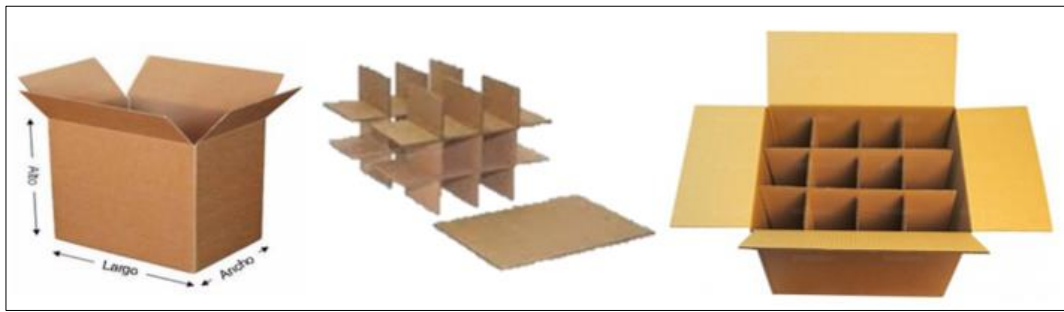
Tabla 50. Medidas del cartón corrugado

Material	Espesor	Resistencia de Apilamiento (Kg.)	Peso Caja Vacía (Tara)
Cartón corrugado de cara doble – doble	8mm	45	0.6

Elaboración propia.

El empaque (caja) contará con un separador que divide en 12 compartimentos y contará con dos niveles. De manera que, en total se embarcarán 24 bolsas Doypack en la caja: En tal sentido, la apariencia de la caja y las dimensiones son las siguientes:

Figura 33. Caja de cartón corrugado



Fuente: SIICEX

Tabla 51. Dimensiones y medidas de los envases por Caja

Descripción	Medida	Unidad de Medida	Imagen de los envases en la Caja
Medida Total Caja	60x26x43	Centímetros	
Largo	60	Centímetros	
Ancho	26	Centímetros	
Altura	43	Centímetros	
Número de Doypack por Nivel	12	Unidades	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); font-weight: bold; margin-right: 5px;">ancho = 26 cm</div> <div style="text-align: center;"> <p>alto = 43 cm largo = 60 cm</p> </div> <div style="writing-mode: vertical-rl; font-weight: bold; margin-left: 5px;">1° Nivel Caja</div> </div>
Niveles	2	Niveles	
Número de Doypack por Caja	24	Unidades	
Peso Neto 24 Doypack	5.50	Kilogramos	
Peso Bruto Caja vacía	0.60	Kilogramos	
Peso Bruto de 24 Doypacks y Caja	6.10	Kilogramos	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); font-weight: bold; margin-right: 5px;">ancho = 26 cm</div> <div style="text-align: center;"> <p>largo = 60 cm</p> </div> <div style="writing-mode: vertical-rl; font-weight: bold; margin-left: 5px;">2° Nivel Caja</div> </div>

Elaboración propia.

4.1.3. Embalaje

Las cajas serán apiladas sobre un pallet, las mismas que serán cubiertas con *Stretch Film*, todo ello permitirá mantener la carga segura y estable durante el manipuleo de la carga y tránsito hasta la llegada al puerto de destino.

Figura 34. Embalajes

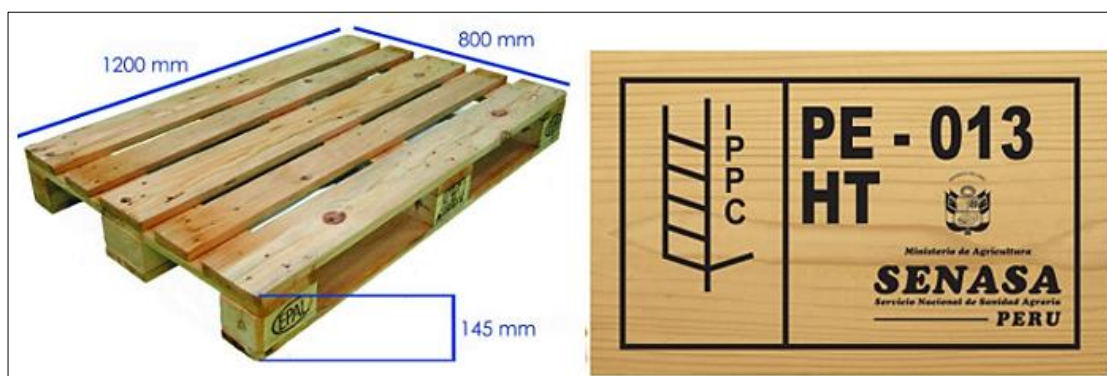


FUENTE: MINCETUR

Para realizar el embalaje de la carga, se estarán empleando *Pallets* Europeos, llamado Europalet o EPAL, cuya medida es de 1.20 m x 0.8 m x 14.5 m. Los mismos que, deben contar con el sello que lo identifica en la parte lateral del pallet, cuyo símbolo indica EUR. El pallet tiene un peso aproximado de 25 Kg. y pueden transportar hasta una tonelada.

Adicionalmente, es preciso indicar que el Pallet Europeo debe contar con el Sello Anti-plagas, la Norma Fitosanitario, creada por la FAO (NIMF 15), con ello se pretende evitar la introducción o difusión de plagas entre los países que realizan el comercio internacional. Este sello, el cual es colocado por SENASA en Perú, significa que, el pallet fue fabricado con madera descortezada y que recibe un tratamiento fitosanitario de manera periódica

Figura 35. Características del Pallet Europeo



Fuente: SENASA y Europalet.com

4.2. Diseño del rotulado y marcado

El rotulado y marcado cuentan con un alto nivel de importancia en la Distribución Física Internacional, dado que facilita el modo de identificar con rapidez la carga. Además, permite que se pueda realizar la localización en los almacenes y agiliza el proceso de cotejar las cantidades físicas con los documentos. De esa manera, se puede realizar el seguimiento y trazabilidad de cada pieza de la carga.

4.2.1. Diseño del rotulado

El rótulo constará de marcas, descriptivas y gráficas, que se colocaran en el envase de nuestro producto. De esa manera el consumidor recibirá toda la información necesaria respecto a las principales características del producto. En tal sentido, a continuación, se presenta la información que será proporcionado al consumidor.

Tabla 52. Características del Rotulado

Características del Producto - Rotulado	
Nombre o denominación del producto	: Snack de Aguaymanto
País de fabricación.	: Perú
Producto Perecible	: Si
Fecha de Fabricación	: 11/2020
Fecha de vencimiento	: 11/2022
Indicaciones de conservación.	: Mantener en un lugar fresco, limpio, : seco, alejado de la luz solar y de olores fuertes.
Observaciones	: Snack de Aguaymanto deshidratado con la técnica de liofilización (<i>freeze – dried</i>)
Contenido neto de producto	: 227 g. (8 Oz.)
Nombre y domicilio legal en el Perú del fabricante	: PERUVIAN BERRIES SAC. RUC: 20732661820 Av. Metropolitana 1078 - Ate : Lima - (+51) 01 354 1936 WWW.InkaBerry.com.pe jhenyfer.cordova@outlook.com
Advertencia del riesgo o peligro	: No hay riesgo o peligro en el producto
Recomendaciones	: Se recomienda consumir el producto una vez abierto el envase y antes de la fecha de vencimiento indicado. Ver lote y fecha de vencimiento en el envase

Elaboración propia.

Figura 36. Rotulado del Envase




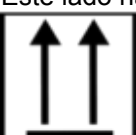
Elaboración propia.

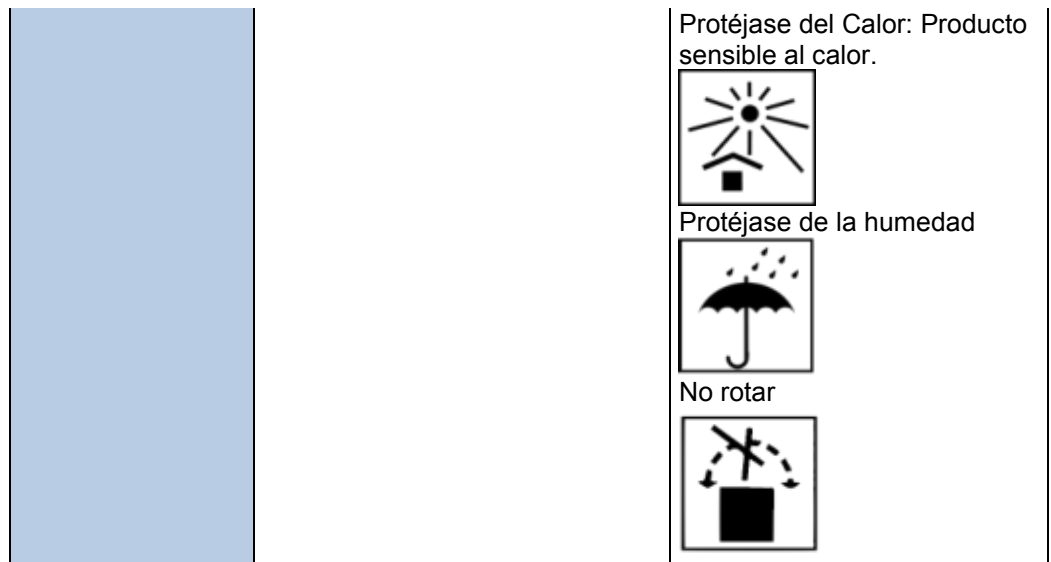
4.2.2. Diseño del marcado:

El marcado tiene una relación estrecha con el embalaje, lo que a su vez está sujeto a estándares internacionales. Además, es preciso indicar que el marcado hace referencia a que el embalaje que lo lleva corresponde a un prototipo que fue ensayado exitosamente y que cumple con todos los requisitos que exige la Norma Técnica que le corresponde, el cual está relacionado con la fabricación, pero no con el empleo del embalaje y/o envase.

Asimismo, se indica que, se cuenta con tres tipos de marcados, los cuales contienen características particulares, las mismas que se desglosan a continuación:

Tabla 53. Características del Marcado

Marcas de Expedición	1. País de destino:	Germany
	2. Dirección de país de destino:	Berlín
	3. Lugar de Origen:	Lima - Peru
	4. Razón social de la empresa:	PERUVIAN BERRIES SAC.
	4. Número de Referencia:	LT.2020111
Marcas Informativas	1. Peso Neto:	5.50 Kg.
	2. Peso Bruto:	6.10 Kg.
	3. Medidas de la caja:	60 x 26 x 43 CM
	4. Número de envases:	24 Units
	5. Código de Barras:	788492808274
Marcas de Manipuleo	1. símbolos internacionales sobre la manipulación de los embalajes (Pictogramas): Los pictogramas fueron desarrollados por la ISO 780-1983 y la ISO 7000-1994, son los símbolos que se usan frecuentemente en el marcado de las cajas que se van a transportar, el objetivo es resolver los problemas del idioma entre los países.	<p>Fragil: Manéjese con cuidad</p>  <p>Este lado hacia Arriba</p> 



Elaboración propia.

Figura 37. Diseño de Marcado de Caja de Cartón Corrugado



Elaboración propia.

4.3. Unitarización y cubicaje de la carga

La unitarización de la carga forma parte de la distribución física de la mercancía, consiste en agrupar la mercancía en unidades superiores de carga y el respectivo acondicionamiento, con el objetivo de facilitar el

transporte y manipuleo. De esa manera, se garantiza la integridad de la carga en todo el tiempo de movilización.

Las modalidades de la unitarización de la carga es la Paletización y la contenedorización, ambos métodos facilitan el trabajo de los operadores que participan en el comercio internacional, se puede reducir en gran medida el tiempo de manipulación.

LA PALETIZACIÓN:

Es el intento convencional y más empleado para la unitarización de la carga, el cual consiste en colocar la carga sobre una paleta (*Pallet*), en este caso se empleará la paleta europea. La Paleta deberá resistir al manipuleo en el almacenamiento y las unidades de transporte. Con la paletización se incrementa la productividad en los medios de transporte dado que, los tiempos de carga y descarga serán más cortas, además, se contará con menos manipulación de la carga.

También, se optimiza los espacios de almacenamiento, la estiba y acomodo mediante el uso del montacargas. Reducen el riesgo de daño en la carga, dado que se maneja carga de mayor peso y volumen.

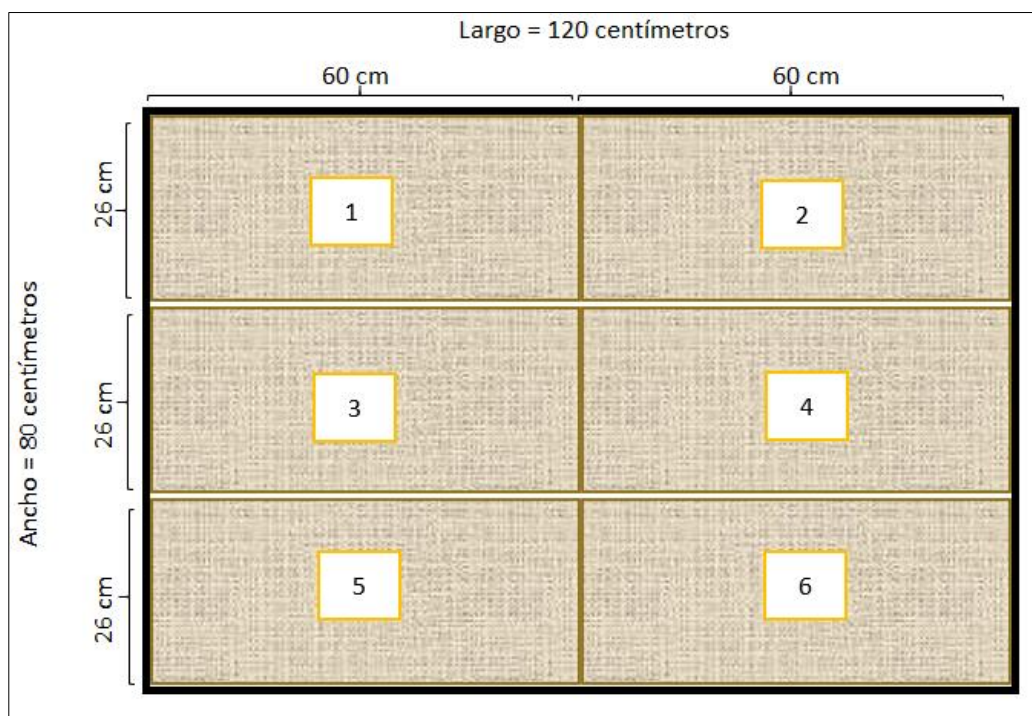
La naturaleza de la carga es carga no perecible, no es peligrosa. Sin embargo, si se puede catalogar como carga frágil. La carga se puede clasificar como carga general y se puede ser unitarizada en la paleta.

UNITARIZACIÓN DE LA CARGA:

En el presente proyecto se cuenta con cajas de cartón doble corrugado de 65x28x43 centímetros (largo x ancho x altura), el cual se debe unitarizar en un Europalet de 120 x 80 centímetros. Ahora se va a determinar la cantidad de cajas se colocarán en la base del pallet, para ello se va a emplear una fórmula simple, lo que se va a realizar será dividir el Área del Pallet (AP) entre el Área de la Caja (AC).

$$\frac{AP}{AC} = \frac{120 \times 80}{60 \times 26} = 6.15 \rightarrow 6 \text{ cajas}$$

Figura 39. Distribución de las cajas en el Europalet



Elaboración propia.

En el siguiente se mostrará la distribución de las cajas en un *pallet*.

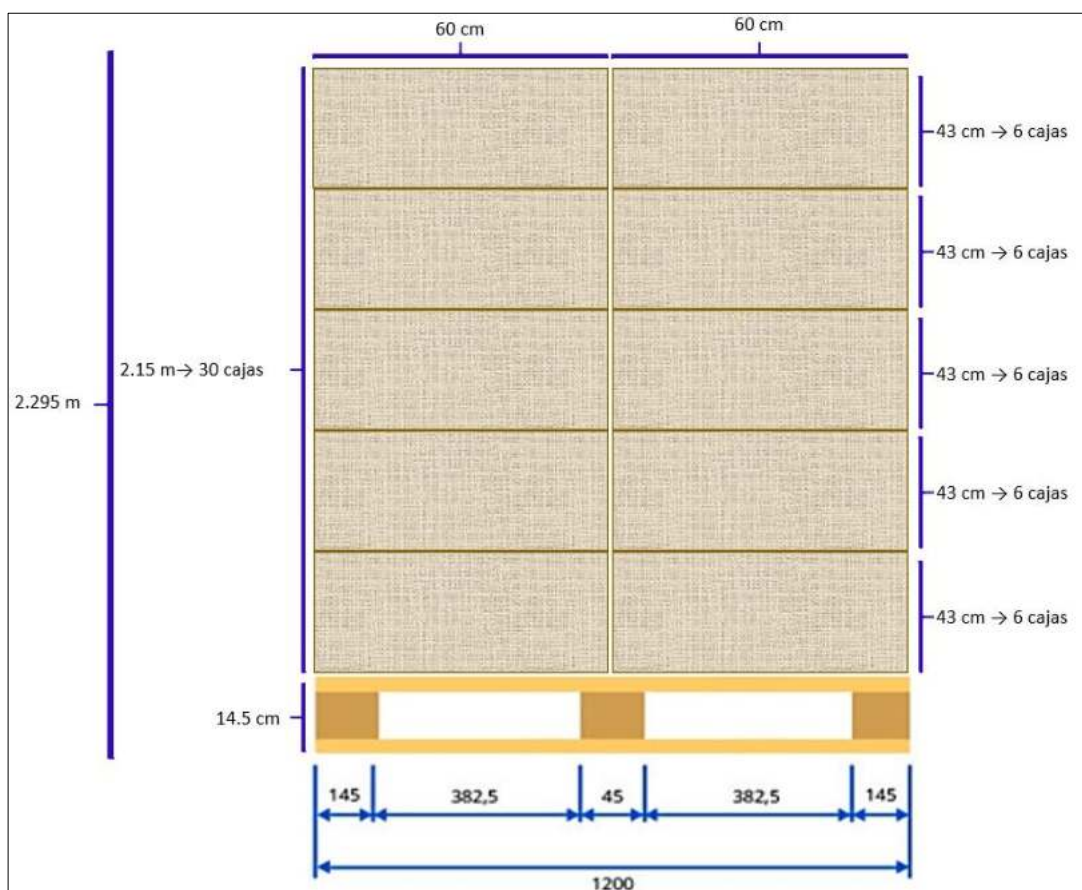
Tabla 55. Medidas y Características del Paletizado

Características	Medida	Unidad de Medida
Largo	120	Centímetros
Ancho	80	Centímetros
Altura	14.5	Centímetros
Cajas que irán en el ancho del pallet	3	Cajas
Cajas que irán en el largo del pallet	2	Cajas
Nivel de Cajas en Pallet	5	Niveles

Elaboración propia.

A continuación, se muestra el paletizado de la carga:

Figura 40. Paletización de la Carga – Peruvian Berries SAC.



Elaboración propia.

Tabla 56. Pesos por Pallet

Detalle de Pesos	Medida	Unidad de Medida	Medida	Unidad de Medida
Total, de envases por 1 Caja	24	Envases	-	-
Total, de Cajas por 1 Pallet	30	cajas	-	-
Total, envases por 1 Pallet	720	Envases	-	-
Peso por 1 Envase	227	Gramos (g.)	0.227	Kilogramos (Kg.)
Peso por 1 caja (24 envases)	5,448	Gramos (g.)	5.448	Kilogramos (Kg.)
Peso Neto por 1 Pallet (30 cajas)	163,440	Gramos (g.)	163.44	Kilogramos (Kg.)
Peso de 1 Pallet	25,000	Gramos (g.)	25	Kilogramos (Kg.)
Peso Bruto por 1 Pallet (30 cajas)	188,440	Gramos (g.)	188.44	Kilogramos (Kg.)

Elaboración propia.


CONTENERIZACIÓN:

La contenerización es otro método de distribución que, es empleado en el contenedor. Ello permite que el manipuleo de la carga sea en una unidad indivisible y más segura. Por sus características, sólo se llena el contenedor, vacía, estiba y desestiba en el lugar de origen y destino, de esa manera es muy eficaz distribuir las mercancías en largas distancias mediante en todo el transporte de la mercancía.

Los contenedores resultan ser un medio seguro, que además sirve de protección, para la mercancía durante el transporte en el comercio internacional. Además, poseen identificadores con información para la manipulación de las grúas y montacargas en los puertos y terminales. La resistencia representa una ventaja sobre el equipamiento de protección que se va a emplear, ello se traduce en seguridad, inviolabilidad de la mercancía y reducción de costos.

Para el presente plan, se va a optar por enviar la carga en un contenedor de 20 pies *dry van*, el cual tiene una capacidad útil de 32.6 m³, cuyas características y medidas se detallarán en el presente cuadro.

Tabla 57. Medidas del Contenedor de 20STD

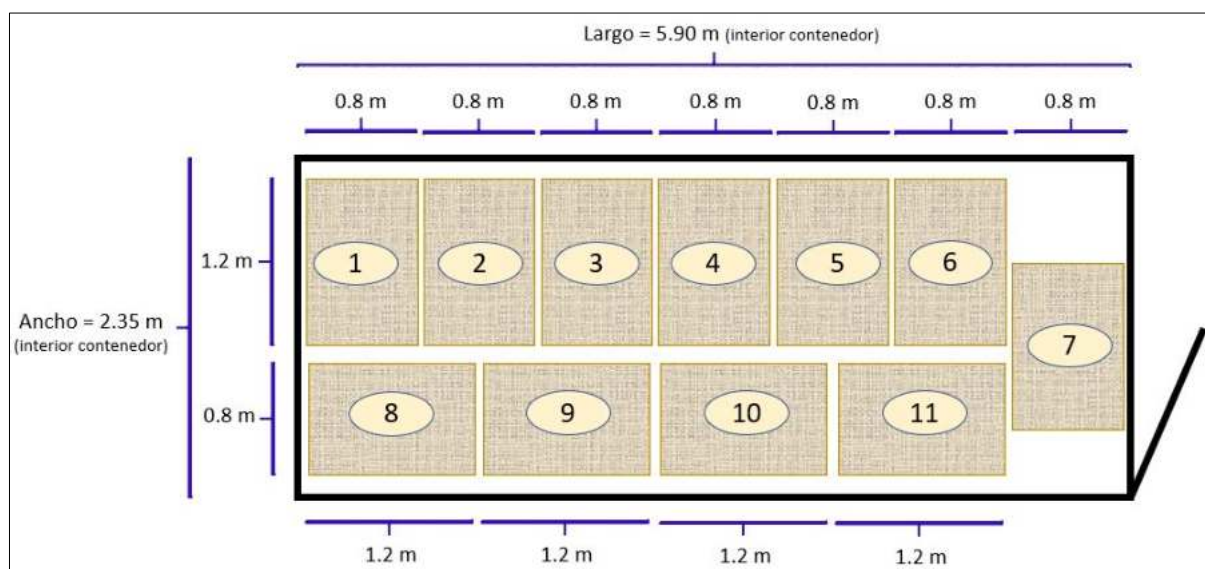
MEDIDA	EXTERNA (metros / pies / Pulgadas)		INTERNA (metros / pies / Pulgadas)	
	Largo	6.10 m	20'	5.90 m
Ancho	2.44 m	8'	2.35 m	7'9"
Alto	2.59 m	8'6"	2.39 m	7'10"
Imagen				
				

Elaboración propia.

Fuente: TRANSEOP.COM

Se realizó la contenerización, en el cual se determinó que, entrarán 11 pallets europeos, dentro del contenedor de 20 pies. Cada paleta consta de 30 cajas y en el contenedor ingresarán 11 pallets europeos, por lo que en total se estarían embarcando 330 cajas, el cual representa 7,920 envases en total.

Figura 41. Contenerización en un contenedor 20 STD – Peruvian Berries SAC.



Elaboración propia.

Tabla 58. Pesos del contenedor de 20STD

Pesos y Totales	Medida	Unidad de Medida	Medida	Unidad de Medida
Total, de cajas por 1 Pallet	30		-	-
Total, de pallets por 1 contenedor 20STD	11	Unidades	-	-
Total, de cajas por 1 Contenedor 20STD	330	Cajas	-	-
Total, de Unidades por 1 Contenedor	7,920	Unidades	-	-
Peso Neto por 1 envase	227	gramos (g.)	0.227	Kilogramos (Kg.)
Peso Neto por 1 Caja	5500	gramos (g.)	5.50	Kilogramos (Kg.)
Peso de 1 Caja	600	gramos (g.)	0.60	Kilogramos (Kg.)
Peso bruto por 1 Caja	6100	gramos (g.)	6.10	Kilogramos (Kg.)
Peso Bruto por 1 Pallet	183000	gramos (g.)	183	Kilogramos (Kg.)
Peso Neto de mercancía (11 pallets)	2013000	gramos (g.)	2,013	Kilogramos (Kg.)
Peso Tara Contenedor	2200000	gramos (g.)	2,200	Kilogramos (Kg.)
Peso Bruto Contenedor	4213000	gramos (g.)	4,213	Kilogramos (Kg.)

Elaboración propia.

Después de haber realizado el paletizado y contenerización de la carga de Peruvian Berries SAC., se proyecta realizar envíos bimestrales, de manera que se realizarán 6 envíos a año.

Tabla 59. Proyección de envío de mercancía por año

Características	Medida	Unidad de Medida	Medida	Unidad de Medida
N° de Contenedores 20STD x año	6	Embarques		
N° de Cajas x año	1,980	Cajas		
N° de Unidades x año	47,520	Unidades		
Peso neto x año	12078000	gramos	12,078	Kilogramos
Peso Bruto x año	25278000	gramos	25,278	Kilogramos

Elaboración propia.

4.4. Cadena de DFI de exportación

Se puede definir como el conjunto de operaciones que son necesarias para desplazar la mercancía desde un punto de origen Perú a un punto de destino en Alemania. Los actores que participan en las operaciones del comercio internacional son: exportador, operador, logístico, agente de aduana, puerto de origen, transporte internacional, puerto de destino, transporte interno e importador.

Estos operadores que participan en las operaciones aduaneras son: en función de la propiedad de la mercancía, el transporte, la carga y descarga, almacenamiento, destino aduanero. Y los componentes que se pueden identificar en la DFI, deberá ser de acuerdo a la secuencia del proceso de las operaciones de comercio internacionales, los principales componentes serán: la preparación con el embalaje y marcado, la unitarización que conlleva a la paletización y contenerización, el manipuleo que se realiza en los almacenes y terminales, el transporte en el proceso de distribución, el seguro que se manifiesta a través de una póliza de seguro, los documentos

correspondientes al comercio internacional, las gestiones y operaciones aduaneras que se realizan en la exportación, las operaciones con las entidades bancarias y la gestión de distribución que se realiza a través del personal operario y administrativo de la empresa.

También es importante mencionar los costos en que se incurrirá en toda la cadena del DFI, ello se divide en dos partes. El primero son los costos directos, que se componen de los Embalajes, Marcado, Documentos de exportación, Unitarización, Manipuleo en el país de origen, Transporte y seguro, Almacenamiento, Manipuleo en el terminal de embarque, Costos aduaneros (logísticos), costos asociados a las entidades bancarias, agentes de carga y aduana, almacenamiento en zona primaria. Y en segundo lugar se encuentran los costos indirectos, hacen referencia a, los costos administrativos y el tiempo ocioso, el cual se refiere al tiempo en la línea de producción hasta que la mercancía sea cargada al vehículo de despacho en el local del exportador, tiempo que transcurre entre el local del transportador y el lugar de embarque.

Figura 42. Distribución Física Internacional



Elaboración propia.

Es importante precisar que, la Distribución Física desde Perú hasta Alemania se realizará vía marítima, se estará considerando el Incoterm 2020 FCA Callao, lo que refiere que la responsabilidad de la empresa PERUVIAN BERRIES SAC. termina cuando la mercancía sea entregada en el Puerto de Origen, Callao. Asimismo, el riesgo se transmite cuando la carga sea entregada, en ese caso, la naviera debe asumir los costos y riesgo de manipulación de la mercancía para subir a bordo. El exportador realizará el proceso de despacho de aduanas.

Figura 43. Incoterm FCA 2020



Fuente: Incoterm.Online

Es oportuno mencionar el proceso que se realizará con la carga y sus principales participantes para realizar la Distribución de la mercancía.

Figura 44. Distribución de la mercancía.



Elaboración propia.

PROVEEDOR:

Tal como se había mencionado anteriormente, se ha determinado que la empresa PERUVIAN BERRIES SAC. contará con proveedores, el proveedor realizará la producción por encargo, con las características que se requieran. La información de cómo se realizarán las etiquetas, rótulos y marcado de la caja serán otorgadas por la empresa PERUVIAN BERRIES SAC. De esa manera, los productos terminados llegarán al almacén ubicado en Ate. Por tanto, se cuenta con tres empresas que son potenciales proveedores de la fruta liofilizada para la exportación al mercado de destino.

A continuación, se va a realizar la selección del proveedor de acuerdo con los criterios importantes, los cuales se evaluarán con una valoración del 1 al 5. Siendo el 1 como deficiente y el 5 como óptimo.

Tabla 60. Selección del proveedor empleando criterios

Criterios de Selección de Proveedores	Proveedores		
	1. Procesadora Agroindustrial La Joya S.A.C.	2. Liofilizadora del Pacífico, S.R.L.	3. Liofilizadora Perú Amazónico S.A. (L.P.A.S.A)
1. Criterios de Calidad			
a) Calidad del producto	5	4	5
b) Características Técnicas (Maquinaria)	5	5	5
c) Garantía el Producto	5	5	5
d) Personal Capacitado	5	5	5
e) Servicio postventa y asistencia técnica	5	4	5
f) Documento de origen de la Materia prima	4	4	4
2. Criterios Económicos			
a) Precio por Unidad	5	5	3
b) Forma de Pago	4	4	4
c) Precios de envases y embalajes	5	5	4
d) Pago de seguro adicional	4	4	4

e) Recargo por aplazamiento de Pago	4	5	4
f) Descuento por pago pronto o por pago al contado	5	4	5
3. Otros Criterios			
a) Validez de la Oferta	5	5	5
b) Condiciones de contrato	5	5	5
c) Plazos de Entrega	5	5	4
d) Tiempo de Funcionamiento Empresa	4	5	3
e) Prestigio en el mercado	4	5	5
f) Manejo de Inventarios	4	4	4
e) Infraestructura de la Empresa	5	5	5
g) Legalidad de la empresa	5	5	5
h) Certificaciones de la Empresa	4	5	4
TOTAL	97	98	93

Elaboración propia

Como se puede apreciar en la tabla 56. El proveedor seleccionado es la empresa Liofilizadora del Pacifico, S.R.L. localizado en Lima.

Sin embargo, se pretende mantener una relación comercial con la empresa Procesadora Agroindustrial La Joya S.A.C., dado que también obtuvo un buen puntaje en la Tabla de selección.

AGENTE DE CARGA Y ADUANA:

Para realizar la exportación definitiva y a fin de seguir con lo que se establece en la Ley General de Aduanas, en el Comercio Exterior participan operadores, entre ellos contamos con el Agente de Carga y el Agente de Aduana.

La Agencia de Carga

Se encargará de realizar la reserva de booking en las naves para realizar el Embarque en el Puerto, transmitirá el VGM (*Verified Gross Mass*) del contenedor que se embarcó y emitirá el HBL (*House Bill of lading*) de la

carga, además otorgará un servicio de seguimiento de la carga hasta la llegada a destino, notificando como “*Delivered*”. Éste será el documento que servirá para cerrar el file de exportación y posteriormente proceder con el archivo.

Cabe destacar que el Peruvian Berries SAC., recibirá un draft del HBL, el cual será revisado y aprobado para que el Agente de Carga lo pueda transmitir. Todo ello cumpliendo los plazos establecidos.

Tomando en referencia todas esas características, se realizará una selección del Agente de Carga más conveniente. Para el presente plan se han pre - seleccionado tres candidatos, los cuales se presentan en la siguiente tabla, la evaluación se realizará con una valoración del 1 al 5. Siendo el 1 como deficiente y el 5 como óptimo.

Tabla 61. Selección del Agente de Carga

Criterios de Selección de Agente de Carga	Proveedores		
	1. JAS FORWARDING	2. DB SCHENKER	3. EXPEDITORS (EI)
1. Legalmente constituido	5	5	5
2. Experiencia en el Mercado	5	5	5
3. Servicio Personalizado	4	4	5
4. Disponibilidad ante eventualidades	4	4	5
5. Personal Capacitado	5	5	5
6. Red de contactos	4	5	5
7. Certificaciones	3	5	4
8. Costos	5	4	4
TOTAL	35	37	38

Elaboración propia.

Como se puede observar, en la tabla 57 se establecieron criterios, donde el Agente de Carga Expeditors es quien obtuvo el mayor puntaje, siendo seleccionado por Peruvian Berries SAC.

La Agencia de Aduana

Las funciones de este operador se desglosarán en 2 tiempos:

1. Numeración de la Declaración Aduanera de Mercancías (DAM) y coordinación para el Retiro de Contenedor Vacío:

La instrucción de Embarque, el booking, el *Packing List* y las facturas comerciales serán enviadas al Agente de Aduana para que proceda con la numeración de la DAM. Asimismo, el agente de aduana coordinará el retiro del contenedor vacío en el terminal. Finalmente, proporcionará el seguimiento GPS del transporte.

2. Transporte y Resguardo hacia el puerto:

PERUVIAN BERRIES SAC, solicitará el servicio adicional de transporte al agente de aduana. Este se encargará de recoger el contenedor vacío en el terminal, trasladará el vacío al almacén en Ate, una vez que el contenedor se encuentre lleno y precintado (precinto de aduana y precinto de línea naviera, precinto de Peruvian Berries), se emitirá la Guía de Remisión de Peruvian Berries SAC y la Guía de Transportista por parte de Transporte de Ausa, la carga será transportada hacia el puerto. Adicionalmente, se solicitará el servicio de resguardo hasta que el contenedor llegue al puerto de embarque.

Tabla 62. Selección del Agente de Aduana

Criterios de Selección de Agente de Carga	Proveedores		
	1. AUSA Soluciones Logísticas	2. ISCO ADUANA	3. EXPEDITORS (EI)
1. Legalmente constituido	5	5	5
2. Experiencia en el Mercado	5	5	5
3. Servicio Personalizado	5	4	5
4. Disponibilidad ante eventualidades	4	4	4
5. Personal Capacitado	5	5	5
6. Red de contactos	5	5	5
7. Certificaciones	5	4	4
8. Costos	5	4	4
TOTAL	39	36	37

Elaboración propia.

Como se puede observar, en la tabla 58 se establecieron criterios, donde el Agente de Aduana AUSA Soluciones Logísticas, es quien obtuvo el mayor puntaje, siendo seleccionado por PERUVIAN BERRIES SAC.

Certificado de Origen

Adicional a todo lo anterior señalado, un punto importante es la emisión del Certificado de Origen, dado que es el documento que acredita el cumplimiento a cabalidad de los requisitos de origen, de acuerdo con lo que se hubiere establecido en el Acuerdo comercial, que en este caso es Perú – La Unión Europea, de esa manera el importador puede acogerse a los beneficios que le corresponda.

En el caso de la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., contactará con la Cámara de Comercio de Lima (Entidad Certificadora) para que sea el Certificador, otorgando el visado en los Certificados de Origen, sabiendo que hay una sede en Santa Anita, el cual está cercano al almacén en

Ate. Asimismo, es preciso indicar que la emisión del Certificado de Origen se realizará mediante la página web oficial de la Ventanilla Única de Comercio Exterior – VUCE. El formato impreso del Certificado de Origen será proporcionado por la Entidad Certificadora.

Para comenzar con la emisión de los Certificados de Origen, en primer lugar, se deben generar las Declaraciones Juradas de Origen (MCT005) mediante la plataforma de la VUCE, en este paso, Peruvian Berries deberá contar con los documentos de Origen que le haya proporcionado su proveedor. La Declaración Jurada debe estar suscrita por el representante legal. Posteriormente, se debe Transmitir, y la aprobación la obtendremos por parte del contacto en la Cámara de Comercio de Lima.

Figura 45. Emisión de Declaración Jurada de Origen - VUCE

TUPA	FORMATO	NOMBRE	ESPECIFICACION PAGO	PLAZO
13	MCT001	Emissão de Certificado de Origen	0.908% de la UIT	
S/N	MCT002	Duplicado de Certificado de Origen		
S/N	MCT003	Reemplazo de Certificado de Origen		
S/N	MCT004	Anulación de Certificado de Origen		
S/N	MCT005	Calificación de Declaración Jurada		

Fuente: VUCE.

En segundo lugar, una vez aprobada la Declaración Jurada de Origen, se puede proceder con la emisión del Certificado de Origen (MCT001)

en la Plataforma de la VUCE, se llenarán todos los campos requeridos y se Transmitirá el documento. Posteriormente se solicitará a la Cámara de Comercio de Lima que pueda aprobar la solicitud.

Figura 46. Emisión de Certificado de Origen - VUCE

TUPA	FORMATO	NOMBRE	ESPECIFICACION PAGO	PLAZO
13	MCT001	Emisión de Certificado de Origen	0.900% de la UIT	
SN	MCT002	Duplicado de Certificado de Origen		
SN	MCT003	Reemplazo de Certificado de Origen		
SN	MCT004	Anulacion de Certificado de Origen		
SN	MCT005	Calificación de Declaración Jurada		

Fuente: VUCE.

Una vez aprobado, se procederá a imprimir y firmado por el representante legal, posteriormente las copias serán enviadas a la Cámara de Comercio de Lima para que pueda ser visado. Una vez visado, el documento retornará y será enviado a destino, antes de la fecha de Embarque de la mercancía, mediante un servicio Courier.

4.5. Seguro de las mercancías

El seguro de transporte es el contrato, donde el Asegurador es quien asume los daños y pérdidas materiales de la mercancía transportada, en el traslado vía marítima, fluvial, aérea o terrestre. No existe una norma general que exprese imperativa la necesidad de contratar un seguro. Sin embargo, es recomendable contratar el seguro, de esa manera se puede

amparar la mercancía de las eventuales pérdidas o daños que pudieran ocasionarse, durante el tránsito desde el origen hasta el destino final de la mercancía.

Para realizar el proceso de asegurar la carga, se cuenta con los siguientes involucrados:

Figura 47. Elementos el Seguro



Elaboración propia.
Fuente: Prompex

En el caso del presente plan de negocio, la empresa Peruvian Berries SAC. va a realizar la venta de la mercancía en termino FCA Callao (*Free Carrier*), donde indica que la obligación del exportador culmina cuando la carga sea entregada a bordo del buque. Por lo que no será necesario contar con un seguro. Asimismo, es importante precisar que en el futuro se puede evaluar la posibilidad de contratar una póliza de seguro individual en el transporte de la carga del almacén de Peruvian Berries SAC, hasta el puerto.

V. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1. Fijación de precios

Para el presente plan de exportación, se ha considerado que para fijar los precios y costos se va a tomar en cuenta el análisis de todos los factores que estarán inmersos.

A fin de conocer los precios de los productos similares en el país de destino, se va a detallar las principales marcas y los costos, de esa manera se puede realizar la fijación del precio para que sea competitivo en el mercado de destino.

Tabla 63. Comparación de precios – *Snacks* de fruta liofilizada en Alemania

COMPARACIÓN DE PRECIOS DE PRODUCTOS DE COMPETENCIA							
ITEM	Tipo Producto	Marca	Sabor	Peso g.	Precio Euro	Tipo Cambio	Precio USD
01	Freeze-Dried	Buah	Fresa	100	24.93	1.19	29.67
02	Freeze-Dried	Buah	Piña	100	15.18	1.19	18.06
03	Freeze-Dried	Buah	Frambuesa	100	24.93	1.19	29.67
04	Freeze-Dried	Frucht Snacks	Frambuesa	100	13.96	1.19	16.61
05	Freeze-Dried	Frucht Snacks	Frutos rojos	100	13.96	1.19	16.61
06	Freeze-Dried	My fruits	Fresas rodajas	100	11.58	1.19	13.78
07	Freeze-Dried	My fruits	Arándano	100	9.67	1.19	11.51
08	Freeze-Dried	Brix	Frambuesa	100	16.8	1.19	19.99
09	Freeze-Dried	Brix	Frutos rojos	100	14.6	1.19	17.37

Elaboración propia.

Fuente: BUAH, MyFruits, Nutripur, Brix (2020)

Después de haber realizado el detalle de los precios de las marcas de snacks de frutas liofilizadas en Alemania, se ha encontrado que el precio promedio es de 16 Euros, lo que representa 19 USD, para un peso de 100 gramos.

Para realizar la fijación de precios, se va a tener en cuenta lo detallado en la tabla, de esa manera se podrá ofrecer un producto de similar calidad y precio.

5.1.1. Costos y precio

Es preciso indicar que la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., se ubica en el rubro de comercializadora del producto. En base a ello se realizará el desglose de todos los costos y gastos que implica realizar la exportación del aguaymanto liofilizado. Es decir que el proveedor venderá el producto envasado a PERUVIAN BERRIES SAC., la empresa recibirá la carga, realizará el ingreso al sistema de inventarios, serán revisados, re encajados, embalados y exportados.

Para determinar todos los costos se va a partir de todo lo que se ha detallado en la Distribución física internacional, se va a tomar como referencia el costo de producción, costos de transporte y distribución, costos de gestión, logísticos y demás.

A continuación, se realizará el desglose de los costos y gastos, considerando que se proyecta realizar el despacho de 1 contenedor de 20 pies *dry van* bimestralmente, es decir de 6 contenedores al año, se realizará la evaluación de envío en incoterm FCA y CIF, después de evaluar los factores se decidirá el incoterm con el que se realizará el envío.

Según lo indicado en los puntos anteriores, se va a considerar el envío de 6 contenedores de 20 pies, lo que se traduce en la exportación de 1,980 cajas al año, 47,520 envases de snack de 227g. En base a estos datos se realizará el desglose de los gastos.

Es importante precisar que se estará considerando el Tipo de Cambio de S/. 3.59.

A continuación, se realizará el desglose de los costos que corresponde a la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., y posteriormente se estará realizando la proyección de los costos considerando un horizonte de cinco años.

En primer lugar, se determinarán los Costos Fijos:

A continuación, se mostrará el detalle de los costos de Costos Administrativos de Personal, para este caso se está considerando a los colaboradores de PERUVIAN BERRIES SAC. que realizan el manipuleo, embalaje y despacho de la mercancía. Se va a considerar los beneficios sociales correspondientes al régimen MYPE, considerada como Pequeña Empresa, para el cálculo no se está considerando la Asignación familiar, porque no corresponde.

A efectos de considerar los costos, se puede colocar lo siguiente:

Tabla 64. Costos Administrativos - Costo Anual del Personal Administrativo

TRABAJADOR	RETRIB. ECON. MENS	AÑO 1							MENSUAL
		RETRIB. ECONO. ANUAL	ESSALUD	GRATIFICACIÓN AÑO	CTS	VACACIONES	ANUAL	ANUAL USD	
Gerente General	2,000	24,000	2,160	2,000	1,167	1,000	30,327	8,448	2,527
Gerente Comercial y Finanzas	1,500	18,000	1,620	1,500	875	750	22,745	6,336	1,895
Gerente de Logística	1,500	18,000	1,620	1,500	875	750	22,745	6,336	1,895
Asistente Administrativo	1,200	14,400	1,296	1,200	700	600	18,196	5,069	1,516
Operario 1	1,000	12,000	1,080	1,000	583	500	15,163	4,224	1,264
Operario 2	1,000	12,000	1,080	1,000	583	500	15,163	4,224	1,264
TOTAL PERSONAL ADMINISTRATIVO							124,339	34,635	10,362

Elaboración propia.

En la siguiente tabla se detallarán los costos indirectos de fabricación, son considerados los materiales que complementan al producto terminado, con estos insumos se podrá realizar la exportación al mercado de destino.

Tabla 65. Costos de Producción

COSTOS DE PRODUCCION				
DESCRIPCIÓN	UNIDADES / AÑO	COSTO UNITARIO S/.	COSTO TOTAL ANUAL S/.	COSTO TOTAL ANUAL USD
Caja de cartón corrugado	2000	2.5	5000.00	1392.76
Paletas Europeas	70	60	4200.00	1169.92
<i>Stretch Film</i>	24	13	312.00	86.91
Cinta Embalaje	100	2	200.00	55.71
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN		77.5	9712.00	2705.29

Elaboración propia.

Seguidamente, se detallarán los gastos indirectos en los que incurrirá la empresa, los costos que están relacionados al alquiler del local y los principales servicios que ayudarán a la empresa al funcionamiento.

Tabla 66. Gastos Indirectos

GASTOS INDIRECTOS				
DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL S/.	COSTO MENSUAL USD.	COSTO TOTAL ANUAL S/.	COSTO TOTAL ANUAL USD
Alquiler de local	4,523	1,260.00	54,280.80	15,120.00
Servicio de fluido eléctrico	500	139.28	6,000.00	1,671.31
Servicio de agua y desagüe	300	83.57	3,600.00	1,002.79
Servicio de conectividad a internet	150	41.78	1,800.00	501.39
Servicio de teléfono	100	27.86	1,200.00	334.26
TOTAL GASTOS INDIRECTOS	5,573	1,552.48	66,880.80	18,629.75

Elaboración propia.

Es preciso detallar el costo del alquiler del local de PERUVIAN BERRIES SAC., en este detalle se podrá encontrar desglosado por metro cuadrado, de esa manera podemos medir el costo del espacio del local.

Tabla 67. Costo de Alquiler de Local por metro cuadrado

CONCEPTO	Unidad	Metrado	Costo Mensual S/.	Costo Mensual USD
COSTO MENSUAL DE ALQUILER LOCAL	m²	130	4,523	1,260
-INFRAESTRUCTURA PRINCIPAL		115	4,001	1,115
Almacén de producto terminado y Área de embalaje	m ²	50	1,740	485
Oficinas de logística y Operarios	m ²	13	452	126
Oficinas Administrativas.	m ²	18	626	174
Servicios Higiénicos	m ²	5	174	48
Patio de Maniobras (Zona de carga y descarga)	m ²	29	1,009	281

-INFRAESTRUCTURA COMPLEMENTARIA		15	522	145
Garita de Vigilancia	m ²	4	139	39
Depósito de residuos sólidos	m ²	1	35	10
Accesos y veredas	m ²	10	348	97

Elaboración propia.

Es importante detallar los gastos administrativos, son los mismos los que permiten que la empresa desarrolle sus actividades de manera eficiente.

Tabla 68. Gastos Administrativos (Servicio tercero)

GASTOS ADMINISTRATIVOS (Servicio tercero)					
DESCRIPCIÓN	Cantidad Mensual	COSTO MENSUAL S/.	COSTO MENSUAL USD.	COSTO TOTAL ANUAL S/.	COSTO TOTAL ANUAL USD
Contador Externo	1.00	3,000.00	835.65	36,000.00	10,027.86
Servicio de Limpieza	1.00	500.00	139.28	6,000.00	1,671.31
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		3,500.00	974.93	42,000.00	11,699.16

Elaboración propia.

En la siguiente tabla, se muestra el detalle de los costos de gestión, son los costos que deben ser coordinados para la exportación, dado que los presentes costos se van a realizar en la exportación bimensual, se está considerando como costo fijo. Se está considerando un envío bimensual, en tal sentido se realizarán en total 6 exportaciones anualmente.

Tabla 69. Costos de Gestión

COSTOS DE GESTION				
DESCRIPCIÓN	COSTO BIMENUAL S/.	COSTO BIMENUAL USD.	COSTO TOTAL ANUAL S/. - (6 envíos)	COSTO TOTAL ANUAL USD - (6 envíos)
Certificado de Origen - CCL	42.48	11.83	254.88	71.00
Comisión de Agente de Aduana	340.00	94.71	2,040.00	568.25
Comisión bancaria por cobranza documentaria (BCP)	179.50	50.00	1,077.00	300.00
póliza de seguro de traslado interno de carga	166.67	46.43	1,000.00	278.55
TOTAL COSTOS DE GESTION	728.65	202.97	4,371.88	1,217.79

Elaboración propia.

En segundo lugar, se determinarán los Costos Variables:

A continuación, se presentará el costo de industrialización del producto terminado, el proveedor del aguaymanto liofilizado ha indicado la siguiente información, nótese que se ha proporcionado el detalle de la tercerizado:

Tabla 70. Costo de Producto tercerizado

COSTO DEL PRODUCTO TERCERIZADO					
DESCRIPCION	COSTO UNITARIO (USD) Envase de 227 g	CANTIDAD ENVASES POR CONTENEDOR	COSTO POR CONTENEDOR (USD)	CANTIDAD ENVASES POR 6 CONTENEDORES	COSTO POR 6 CONTENEDORES ANUAL (USD)
Costo de Producción tercerizado - liofilizado	1.10	7,920	8,712.00	47,520	52,272.00
Costo de aguaymanto	0.40	7,920	3,168.00	47,520	19,008.00
Envase polietileno con logo (doy pack con zip)	0.95	7,920	7,524.00	47,520	45,144.00
Proceso de envasado y rotulado	0.25	7,920	1,980.00	47,520	11,880.00

Costo de estiba, desestiba y Transporte	0.20	7,920	1,584.00	47,520	9,504.00
TOTAL COSTO DE PRODUCTO TERCERIZADO	2.90	-	22,968.00		137,808.00

Elaboración propia.

A continuación, se detallarán los materiales indirectos, en ella se desglosa los costos que no forman parte del producto final.

Tabla 71. Materiales Indirectos

MATERIALES INDIRECTOS				
DESCRIPCIÓN	UNIDADES / AÑO	COSTO UNITARIO S/.	COSTO TOTAL ANUAL S/.	COSTO TOTAL ANUAL USD
Escoba	3	5	15.00	4.18
Trapos	6	0.5	3.00	0.84
Jabón	12	1.5	18.00	5.01
Papel higiénico	100	0.3	30.00	8.36
Cloro	4	0.75	3.00	0.84
Papel Toalla	100	0.55	55.00	15.32
TOTAL MATERIALES INDIRECTOS		8.6	124.00	34.54

Elaboración propia.

También se ha considerado lo útiles de oficina.

Tabla 72. Gastos útiles de Oficina

GASTO UTILES DE OFICINA						
DESCRIPCIÓN	Cantidad Mensual	COSTO MENSUAL S/.	COSTO MENSUAL UNITARIO S/.	COSTO MENSUAL USD.	COSTO TOTAL ANUAL S/.	COSTO TOTAL ANUAL USD
Lapiceros y lápices	15.00	0.20	3.00	0.84	36.00	10.03
Sobre Manila - oficio	20.00	0.15	3.00	0.84	36.00	10.03
Archivadores	6.00	3.50	21.00	5.85	252.00	70.19
Hojas bond - A4	3,000.00	0.01	22.50	6.27	270.00	75.21
Demás útiles de oficina (grapadora / perforador / Tijeras)	5.00	3.50	17.50	4.87	210.00	58.50
TOTAL GASTO UTILES DE OFICINA		7.36		18.66	804.00	223.96

Elaboración propia.

Es importante detallar los gastos que será necesario para realizar la promoción y publicidad del producto, dado que de acuerdo con ello se pueden incrementar las ventas:

Tabla 73. Gastos de Promoción y Ventas

GASTOS DE PROMOCION Y VENTAS		
DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL ANUAL S/.	COSTO TOTAL ANUAL USD
Página web (dominio)	450	125.35
Código QR	600	167.13
Alquiler stand Feria Internacional	5800	1615.60
Acondicionamiento Stand	2500	696.38
Pasaje aéreo	1350	376.04
Hospedaje	500	139.28
Movilidad en país de destino	200	55.71
Alimentación	250	69.64
Folletos y Brochure + muestras comerciales	2500	696.38
Pago de la comisión del agente comercial internacional	27000	7520.89
TOTAL GASTOS DE PROMOCION Y VENTAS	41150	11462.40

Elaboración propia.

A continuación, se muestra el detalle de los costos logísticos en que se incurrirá para realizar la exportación de la mercancía, se está considerando un envío bimensual, en tal sentido se realizarán en total 6 exportaciones anualmente.

Tabla 74. Costos logísticos

COSTOS LOGISTICOS				
DESCRIPCIÓN	COSTO BIMENSUAL S/.	COSTO BIMENSUAL USD.	COSTO TOTAL ANUAL S/. - (6 envíos)	COSTO TOTAL ANUAL USD - (6 envíos)
Traslado interno - Puerto	750.00	208.91	4,500.00	1,253.48
Resguardo	179.36	49.96	1,076.16	299.77
Cargo y Gastos Financieros - Agente Aduana	0.20	0.06	1.20	0.33
Gastos Operativos	135.00	37.60	810.00	225.63
Precinto Aduana	7.00	1.95	42.00	11.70
Handling	305.15	85.00	1,830.90	510.00

Masa de la Carga Bruta certificada (VGM)	89.75	25.00	538.50	150.00
Entrega de Contenedor Vacío - Terminal Vacíos	546.47	152.22	3,278.82	913.32
Servicio Especial Depósito Temporal - <i>DP World</i>	306.80	85.46	1,840.80	512.76
Emisión de BL	111.29	31.00	667.74	186.00
Visto Bueno	610.30	170.00	3,661.80	1,020.00
Courier DHL - Envío de Certificado Origen a Alemania	150.00	41.78	900.00	250.70
TOTAL COSTOS LOGISTICOS	3,191.32	888.95	19,147.92	5,333.68

Elaboración propia.

A fin de resumir los costos, a continuación, se detallan los costos fijos y los costos variables que se ha considerado para la naturaleza del negocio de la empresa PERUVIAN BERRIES SAC:

En la siguiente tabla se ha detallado los costos Fijos Totales:

Tabla 75. Costos Fijos

COSTOS FIJOS	COSTO ANUAL S/.	COSTO ANUAL USD
COSTO PERSONAL ADMINISTRATIVO	124,339.33	34,634.91
COSTOS DE PRODUCCION	9,712.00	2,705.29
GASTOS INDIRECTOS	66,880.80	18,629.75
GASTOS ADMINISTRATIVOS (Servicio tercero)	42,000.00	11,699.16
COSTOS DE GESTION	4,371.88	1,217.79
TOTAL COSTOS FIJOS	247,304.01	68,886.91

Elaboración propia.

En la siguiente tabla se detallan los costos Variables Totales:

Tabla 76. Costos Variable

COSTOS VARIABLES	COSTO ANUAL S/.	COSTO ANUAL USD
COSTO DEL PRODUCTO TERCERIZADO	494,730.72	137,808.00
MATERIALES INDIRECTOS	124.00	34.54
GASTO UTILES DE OFICINA	804.00	223.96
GASTOS DE PROMOCION Y VENTAS	41,150.00	11,462.40
COSTOS LOGISTICOS	19,147.92	5,333.68
TOTAL COSTOS VARIABLES	555,956.64	154,862.57

Elaboración propia.

Ahora, se realizará la sumatoria total de los costos fijos y los costos variables:

Tabla 77. Costos Totales

COSTOS	COSTO ANUAL S/.	COSTO ANUAL USD
COSTOS FIJOS	247,304.01	68,886.91
COSTOS VARIABLES	555,956.64	154,862.57
COSTO TOTAL	803,260.65	223,749.48

Elaboración propia.

PROYECCION DE LOS COSTOS:

En los puntos anteriores se han detallado todos los costos en que incurrirá la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., para comenzar y mantener las operaciones. A continuación, se realizará la proyección de los costos, se va a considerar un horizonte de cinco años, de esa manera se puede contar con una información completa y considerando el panorama para el presente plan de negocios, a continuación, se detalla la información:

- Es importante precisar que de acuerdo con lo que se estableció con el *bróker*, las ventas de la mercancía se

incrementarán en 5% en el tercer y cuarto año, y de 5% adicional en el quinto año proyectado. Es importante precisar que se estará considerando el Tipo de Cambio de S/. 3.59.

A fin de tomar como referencia dos panoramas en la proyección de los costos, considerando, en primer lugar, la tasa INEX y en segundo lugar se va a tomar en cuenta la tasa de crecimiento de la empresa acorde a la venta que se van a realizar.

1. La proyección de los costos, considerando la Tasa de Inflación Neto para Exportación (INEX):

Tabla 78. Proyección de Costos considerando la Tasa INEX

Ítem	Años	Producción estimada de Envases	Costos Administrativos y Costos de Comercialización Internacional (CCI) USD	Materia Prima y Materiales de Producción (Cajas, embalajes) USD	Costo mano de obra directa USD	Costos indirectos Fabricaciones USD
0	2020	7,920	29,971.53	140,513.29	34,635.00	18,629.75
1	2021	7,920	30,199.31	145,078.25	34,898.23	18,771.34
2	2022	8,316	30,428.83	149,791.51	35,163.45	18,914.00
3	2023	8,316	30,660.09	154,657.89	35,430.69	19,057.74
4	2024	8,732	30,893.10	159,682.37	35,699.97	19,202.58
5	2025	8,732	31,127.89	164,870.09	35,971.29	19,348.52

Elaboración propia.

- En primer lugar, se hallará la tasa de crecimiento de la cantidad (TCQ), para el cual se tendrá que emplear la siguiente formula:

$$TCQ = (\sqrt[n-1]{Vf/Vi} - 1) * 100$$

$$TCQ = (((8,732/7,920) ^{1/4}) - 1) * 100 = 2.47\%$$

- En segundo lugar, se detalla la Inflación Neta para exportación (INEX), para el cual se ha considerado la tasa de inflación y devaluación histórico, de esa manera obtenemos la tasa correspondiente al INEX. Se ha realizado el cálculo del promedio, dando como resultado una tasa promedio histórica de 0.76%, es la tasa que se utilizará para realizar la proyección.

Tabla 79. Inflación Neto para exportación (INEX)

	Años				
	2015	2016	2017	2018	2019
Tasa de Inflación	4,4%	3.23%	1,36%	2,48%	1,90%
Tasa de Devaluación	3.75%	1.67%	0.80%	1,73%	1.61%
INEX	0.65%	1.56%	0.56%	0.75%	0.29%

Elaboración propia.

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú.

- En tercer lugar, se determinará el Factor de proyección de costos internos (FPC), el cual será aplicado para la Materia Prima y Materiales de Producción (Cajas, embalajes, etc), donde se empleará la siguiente fórmula:

$$FPC1 = (1 + TCQ)^n * (1 + INEX)^n$$

FPC ₁	(1+2.47%) *(1+0.76%)	=	1.0325	3.25%
FPC ₂	(1+2.47%) ^2*(1+0.76%) ^2	=	1.0660	6.60%
FPC ₃	(1+2.47%) ^3*(1+0.76%) ^3	=	1.1007	10.07%
FPC ₄	(1+2.47%) ^4*(1+0.76%) ^4	=	1.1364	13.64%
FPC ₅	(1+2.47%) ^5*(1+0.76%) ^5	=	1.1733	17.33%

- En cuarto lugar, se realizará la proyección de los costos Administrativos y Costos de Comercialización Internacional (CCI), Costo mano de obra directa y Costos indirectos

Fabricación, para ello se va a emplear la tasa INEX promedio, 0.76%.

2. La proyección de costos, considerando la tasa de crecimiento de ventas pactado con el *bróker* y considerando la siguiente información:

- A fin de realizar una mejora en el salario y considerar un reconocimiento a los colaboradores, se ha decidido realizar un aumento de 5% en el sueldo de los colaboradores, en el cuarto y quinto año proyectado.
- Los costos de la mano de obra – Personal, incluyen los beneficios sociales que corresponden por Ley MYPE.
- Se ha considerado un aumento de 3% en los costos, el porcentaje va acorde al crecimiento de la cantidad exportada, de esa manera la empresa va a poder contar con los recursos y talento humano para atender la demanda del comprador, que se ha negociado con el bróker.

Tabla 80. Proyección de Costos considerando la Tasa de crecimiento

ítem	Años	Producción estimada de Envases	Costos Administrativos y Costos de Comercialización Internacional (CCI) USD	Materia Prima y Materiales de Producción (Cajas, embalajes) USD	Costo mano de obra directa USD	Costos indirectos Fabricaciones USD
1	2020	7,920	29,971.53	140,513.29	34,635.00	18,629.75
2	2021	7,920	30,870.67	144,728.69	34,635.00	19,188.64
3	2022	8,316	31,796.79	149,070.55	35,674.05	19,764.30
4	2023	8,316	32,750.70	153,542.67	35,674.05	20,357.23
5	2024	8,732	33,733.22	158,148.95	36,744.27	20,967.95

Elaboración propia.

Para el presente Plan de Negocios, la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., va a considerar la proyección de los costos de acuerdo con el crecimiento de venta, por tanto, se optará por el costo proyectado en 3%, el cual permite que la empresa afronte todos los costos para atender a la solicitud del comprador. En la tabla 76 se detallan los costos proyectados.

1. Se presenta los costos en que se incurre y la fijación de precio en el FCA Callao Incoterm 2020, el cual se detalla a continuación.

Tabla 81. Estructura de costos – Incoterm FCA Callao

Descripción	COSTO ANUAL S/.	COSTO ANUAL USD
COSTOS DIRECTOS		
COSTO DEL PRODUCTO TERCIALIZADO	494,730.72	137,808.00
COSTOS INDIRECTOS		
COSTO PERSONAL ADMINISTRATIVO	124,339.33	34,634.91
MATERIALES INDIRECTOS	124.00	34.54
GASTOS INDIRECTOS	66,880.80	18,629.75
GASTOS OPERACIONALES		
GASTOS ADMINISTRATIVOS (Servicio tercero)	42,000.00	11,699.16
GASTO UTILES DE OFICINA	804.00	223.96
GASTOS DE PROMOCION Y VENTAS	41,150.00	11,462.40
COSTOS DE GESTION	4,371.88	1,217.79

TOTAL, COSTO DE PRODUCCION		
COSTOS DE PRODUCCION	9,712.00	2,705.29
VALOR EXW	784,112.73	218,415.80
TRASLADO INTERNO - PUERTO	4,500.00	1,253.48
RESGUARDO	1,076.16	299.77
CARGO Y GASTOS FINANCIEROS - AGENTE ADUANA	1.20	0.33
GASTOS OPERATIVOS	810.00	225.63
PRECINTO ADUANA	42.00	11.70
HANDLING	1,830.90	510.00
MASA DE LA CARGA BRUTA CERTIFICADA (VGM)	538.50	150.00
ENTREGA DE CONTENEDOR VACÍO - TERMINAL VACÍOS	3,278.82	913.32
SERVICIO ESPECIAL DEPÓSITO TEMPORAL - DP WORLD	1,840.80	512.76
EMISIÓN DE BL	667.74	186.00
VISTO BUENO	3,661.80	1,020.00
COURIER DHL - ENVÍO DE CERTIFICADO ORIGEN A ALEMANIA	900.00	250.70
COSTO TOTAL FCA CALLAO (INCOTERM 2020)	803,260.65	223,749.49
TOTAL, ENVASES EXPORTADOS ANUAL	47,520	47,520
PRECIO FCA CALLAO UNITARIO	16.90	4.71
GANANCIA 50%	8.45	2.35
COSTO UNITARIO FCA DP WORLD, INCOTERMS ® 2020	25.36	7.06
COSTO ANUAL FCA DP WORLD, INCOTERMS ® 2020	1,204,890.98	335,624.23

Elaboración propia.

2. A continuación, se presenta los costos en que se incurre y la fijación de precio en el CIF Hamburgo Incoterm 2020, para el cual se sumará el flete de transporte internacional y Póliza de seguro internacional. el cual se detalla a continuación:

Tabla 82. Estructura de costos - Incoterm CIF Hamburgo.

Descripción	COSTO ANUAL S/.	COSTO ANUAL USD
COSTOS DIRECTOS		
COSTO DEL PRODUCTO TERCIALIZADO	494,730.72	137,808.00
COSTOS INDIRECTOS		
COSTO PERSONAL ADMINISTRATIVO	124,339.33	34,634.91
MATERIALES INDIRECTOS	124.00	34.54
GASTOS INDIRECTOS	66,880.80	18,629.75
GASTOS OPERACIONALES		
GASTOS ADMINISTRATIVOS (Servicio tercero)	42,000.00	11,699.16
GASTO UTILES DE OFICINA	804.00	223.96
GASTOS DE PROMOCION Y VENTAS	41,150.00	11,462.40

COSTOS DE GESTION	4,371.88	1,217.79
TOTAL COSTO DE PRODUCCION		
COSTOS DE PRODUCCION	9,712.00	2,705.29
VALOR EXW	784,112.73	218,415.80
TRASLADO INTERNO - PUERTO	4,500.00	1,253.48
RESGUARDO	1,076.16	299.77
CARGO Y GASTOS FINANCIEROS - AGENTE ADUANA	1.20	0.33
GASTOS OPERATIVOS	810.00	225.63
PRECINTO ADUANA	42.00	11.70
HANDLING	1,830.90	510.00
MASA DE LA CARGA BRUTA CERTIFICADA (VGM)	538.50	150.00
ENTREGA DE CONTENEDOR VACÍO - TERMINAL VACÍOS	3,278.82	913.32
SERVICIO ESPECIAL DEPÓSITO TEMPORAL - DP WORLD	1,840.80	512.76
EMISIÓN DE BL	667.74	186.00
VISTO BUENO	3,661.80	1,020.00
COURIER DHL - ENVÍO DE CERTIFICADO ORIGEN A ALEMANIA	900.00	250.70
COSTO TOTAL FCA Callao (Incoterm 2020)	803,260.65	223,749.49
FLETE INTERNACIONAL (CLALLAO - HAMBURGO)	13680.00	3810.58
COSTO TOTAL CFR (INCOTERM 2020)	816940.65	227560.07
POLIZA DE SEGURO DE TRASLADO INTERNACIONAL DE CARGA (0.5%CFR)	4084.70	1137.80
COSTO TOTAL CIF (Incoterm 2020)	821025.36	228697.87
TOTAL ENVASES EXPORTADOS ANUAL	47,520.00	47,520.00
PRECIO CIF UNITARIO	17.28	4.81
GANANCIA 50%	8.64	2.41
COSTO UNITARIO CIF INCOTERM ® 2020	25.92	7.22
COSTO ANUAL CIF HAMBURGO INCOTERM ® 2020	1,231,538.03	343,046.81

Elaboración propia.

Para el presente plan, la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., ha optado por entregar la carga en el Incoterm 2020 FCA Callao. Cabe resaltar que se ha realizado el cálculo para el primer año, que corresponde al despacho de seis contenedores de 20 pies dry van.

Se está considerando una ganancia de 50% sobre el precio FCA Callao Incoterm 2020, resultando como precio de producto: 7.06 USD por envase de 227 g.


5.1.2. Cotización internacional

Se considera que la cotización es el primer paso para realizar una exportación. La empresa PERUVIAN BERRIES SAC., responderá a la solicitud con una respuesta al potencial comprador. Para ello, la cotización internacional será detallada y específica, en ella se indicará las condiciones de venta, el precio y demás información que será de mucha utilidad para que el comprador pueda evaluar.

Es necesario evitar los errores porque se puede traducir en costo incensarios para la empresa, o lo que sería más complicado, perder al potencial comprador. Dado que PERUVIAN BERRIES SAC., será responsable de todo lo que esté escrito en la cotización internacional.

En caso de que el cliente potencial acepte las condiciones de la cotización, toda la información servirá de base para realizar el contrato de Compra – Venta internacional.

Figura 48. Cotización Internacional

N° Cotización: 1111-2020			
Fecha: 20/11/2020	Date: 20/11/2020		
Exportador X / Sender	Importador M / Consignee		
Nombre / Name: Jhennyfer Cordova Dirección / Address: Av. Metropolitana 1078 - Ate Lima - Perú Teléfono /Phone Number: (+51) 01 354 1936 WWW.InkaBerry.com.pe jhennyfer.cordova@outlook.com	Nombre / Name: Mr. Fischer Dirección / Address: 24558 Henstedt-Berlin Teléfono /Phone Number: (+49) 40 3690560 new_contact@atrimex.com www.atrimex.com		
Cantidad	Descripción de la mercancía	Valor USD	Valor Total USD
Item Number	Description of the goods	Value USD	Total Value USD
7,920	Envases doy pack con zip	7.06	55,915.20
	227 g. aguaymanto liofiizado		
	Units doy pack with zip		
	227 g. golden berry freeze - dried		
	Container 20' Dry van		
Total USD			55,915.20
País origen de la mercancía / Country of Origin		Incoterm® 2020	
CALLAO - PERÚ		Freight Term: FCA Callao	
Validez de la Oferta / Offer validity		Port Loading: Callao - Perú	
30 días / 30 days		Port Discharg: Hamburg - Germany	
Plazo de Entrega / Delivery term			
45 días despues de confirmación de pedido / 45 days after order confirmation			
El producto cuenta con Beneficio Arancelario, por lo que se puede proporcionar el Certificado de Origen. The goods has a Tariff Benefit, so the Certificate of Origin can be provided you.			
Nombre / Name:		_____ Commercial Manager 	

5.2. Contrato de compra venta internacional y sus documentos

Como se ha mencionado en el punto anterior, si el comprador ha aceptado la cotización, entonces el deberá emitir una orden de compra, a partir de ello se debe redactar el contrato de Compra – Venta Internacional, el cual tendrá los datos de la cotización. Con el contrato se formaliza el proceso de exportación.

Mediante el contrato se podrán establecer los términos en la que se realizará la venta, de acuerdo con ello se realizarán los despachos, es importante precisar que se deben respetar todas las cláusulas que se detallen.

El modelo del contrato se puede observar en el Anexo 10. En tal sentido, a continuación, se mencionarán los datos que serán considerados en el Modelo de Contrato de Compra – Venta Internacional.

Tabla 83. Información para el Contrato de Compra - Venta Internacional PERUVIAN BERRIES SAC.


Aspectos por Considerar	Información del Contrato de Compra - Venta Internacional
Las partes	: Exportador: PERUVIAN BERRIES SAC. Importador: ATRIMEX.
Vigencia del Contrato	: Aplicable a cada Embarque, Plazo máximo de 1 año
Mercancía	: Aguaymanto deshidratado mediante método de liofilización
Cantidad	: 7,920 envases
Envase	: Bolsa Doypack de aluminio trilaminado (PET, Aluminio y Polietileno) con zip de 227 g.
Embalaje	: Cajas de cartón de doble corrugado
Vía de Transporte	: Marítimo

Fecha máxima de Embarque	: 30 días después de haber aceptado la cotización
Puerto de Carga	: Callao - Perú
Puerto de descarga	: Hamburgo - Alemania
Incoterm® 2020	: FCA Callao
Gastos	: A cuenta del importador
Transmisión de Riesgos	: La responsabilidad del exportador culmina cuando la carga se ha entregado en el puerto de Embarque
Póliza de seguro Internacional	: A cuenta del importador
Moneda de transacción	: USD - dólares estadounidenses
Precio	: Precio FCA unitario: 7.06 USD : Precio FCA Total: 7.06 USD * 7,920 Unidades (1 contenedor de 20 pies <i>Dry Van</i>)
Forma de Pago	: A la vista (Revisión de documentos)
Medio de Pago	: Carta de crédito
Documentación adicional	: Factura Comercial, <i>Packing List</i> , <i>Bill of Lading</i> , cotización, Certificado de Origen
Lugar de fabricación	: Lima - Perú
Arbitraje	: Ambas partes se someten a la decisión inapelable del Tribunal Arbitral, en caso exista controversia o desacuerdo entre las partes que se derive de la interpretación o ejecución del presente acuerdo (Convención de Viena)

Elaboración propia.

Seguidamente, se podrá encontrar la factura comercial internacional, el cual se emitirá para realizar los trámites que corresponda.

Figura 49. Factura Comercial de Exportación – PERUVIAN BERRIES SAC

PERUVIAN BERRIES SAC Av. Metropolitana 1078 - Ate / Lima - Perú Teléfono /Phone Number: (+51) 01 354 1936 WWW.InkaBerry.com.pe				
ATRIMEX 24558 Henstedt-Berlin - Germany (+49) 40 3690560 new_contact@atrimex.com www.atrimex.com		RUC: N°. 10732661820 FACTURA / INVOICE N° F001-000011 Orden de Comprar: N° PB001 Invoice date: 20/11/2020		
The goods are shipped in: Box Measure: 60 cm x 26 cm x 43 cm Total Box: 330 boxes Total Gross Weight: 2,013 kg Total Net Weight: 1,815 Kg. Way of Shipment: SEA Payment Term: L/C				
QUANTITY	Presentation	Description of the goods	PRECIO UNITARIO	TOTAL
7,920	Units	Envases doy pack con zip 227 g. aguaymanto liofiizado. P.A. 0813.40.	7.06	55,915.20
Incoterm® 2020 : FCA Callao			TOTAL INVOICED:	55,915.20
Amount Chargeable (In words): Seventy-two thousand two hundred thirty and 40 cents USD				

Elaboración propia.

5.3. Elección y aplicación del Incoterm

En las tablas N° 81 y 80, se ha realizado la comparación de los precios en el incoterm FCA e Incoterm CIF. De ello, se ha optado porque la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., realice las cotizaciones y las ventas en el Incoterm FCA (Free Carrier) Callao.

Para el presente Plan de Negocios, se va a considerar el Incoterm 2020, para el cual, es importante precisar que la Cámara de Comercio

Internacional, recomienda que se emplee el Incoterm FCA Puerto de Embarque, a cambio del Incoterm FOB, en los despachos.

PERUVIAN BERRIES SAC., ha acordado con el comprador que se entregará la carga en el Puerto de Embarque, que en este caso será el Puerto del Callao. En tal sentido, el riesgo se transmite del vendedor al comprador en el Puerto de Embarque.

El comprador asumirá el costo del transporte internacional y el seguro. Todo el proceso de despacho lo realizará le empresa PERUVIAN BERRIES SAC., a continuación, se podrá observar las obligaciones de ambas partes.

Figura 50. Obligaciones del Comprador y Vendedor

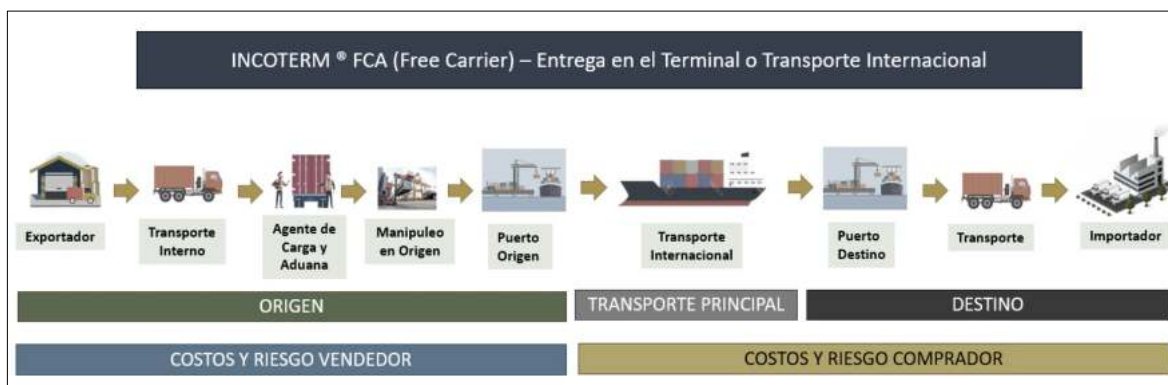
Vendedor: PERUVIAN BERRIES SAC. (Exportador)	Comprador: ATRIMEX. (Importador)
<ul style="list-style-type: none"> • Se notificará al comprador cuando la mercancía se encuentre en el Puerto. Para ello se enviará un correo con el "Shipping Advice" con todos los detalles. • Se entregará la mercancía en el Puerto del Callao • Se pagará todos los costos asumidos hasta el Puerto de Callao y los que se generen en el despacho aduanero en origen. • Se proporcionará fotos del proceso de llenado y precintado como evidencia del despacho y entrega al Puerto. • Se enviará la Factura Comercial, Packing List y Certificado de Origen • Realizará el seguimiento de la carga hasta la confirmación de la Fecha de Embarque. 	<ul style="list-style-type: none"> • Proporcionará la información al vendedor sobre el transportista y el traslado de la carga hasta el puerto de Hamburgo. • Verificar y recibir en conformidad la mercancía, dentro del plazo y en el lugar pactado. • Asumirá los costos del transporte internacional y seguro hasta su llegada al puerto de Hamburgo. • Recibir, verificar y brindar conformidad de los documentos que envía el vendedor. • Hacer efectivo el pago del precio según lo acordado • Hacer efectivo el pago de los costos adicionales que se pudiese originar.

Elaboración propia.

Fuente: Cámara de Comercio Internacional

A continuación, se muestra un gráfico donde se puede evidenciar lo que implica la venta en un término FCA Puerto de Embarque.

Figura 51. Obligaciones del Comprador y Vendedor



Elaboración propia. Fuente: Cámara de Comercio Internacional

Como se puede observar en la ilustración N° 51, para realizar la entrega en el Término FCA Callao, será necesario que el exportador contrate un transporte local de la mercancía, realizar todas las gestiones de exportaciones, gestionar con los demás operadores de comercio exterior para que la mercancía sea entregada en el punto acordado, que en este caso es el Puerto del Callao, de esa manera la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., transmitirá los costos y riesgos al comprador.

5.4. Determinación del medio de pago y cobro

Para el presente plan de exportación, la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., ha optado por que la forma de pago sea a la vista y el medio de Pago será con una carta de crédito. Por lo que se ha evaluado y se ha decidido que se realizará con el Banco de Crédito del Perú.

MEDIO DE PAGO:

Se ha optado porque el medio de pago sea con Carta de Crédito debido a que la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., está iniciando en la exportación, asimismo que, aún no hay mucha confianza, en el ámbito comercial, con el importador. En tanto, el comprador ATRIMEX, será quien apertura la Carta de crédito, en el banco en Alemania, a nombre del exportador, entonces el importador contrae el compromiso de pagar al exportador en un plazo fijo y contra entrega de los documentos comerciales y de exportación.

En este sentido el costo es más elevado pero el nivel de riesgo se reduce tanto para la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., como para el comprador. El medio de pago se ha indicado tanto en la Cotización internacional como en el Contrato de compraventa internacional.

FORMA DE PAGO:

También es importante precisar que, se ha optado por la forma de pago sea a la vista, también denominado contra documentos, porque los documentos, como la factura comercial, *Packing List*, certificado de Origen y Documento de transporte, serán proporcionados al Banco de Crédito del Perú, el banco realizará una revisión de los documentos, cuentan con un *check list* para revisar que todo esté conforme, de ser el caso, entonces el pago será realizado a la cuenta del exportador en los tres o cuatro días posteriores de haber presentado los documentos.

INDICACIONES DEL BANCO DE CREDITO DEL PERU PARA PRESENTAR LOS DOCUMENTOS:

De acuerdo con lo indicado por el Banco de Crédito del Perú (2020).
Revisión de documentos bajo Carta de Crédito de Exportación. Señala que:

- Los documentos serán emitidos dentro de las fechas que se establece en la Carta de crédito, como, por ejemplo: Fecha de expiración, fecha de Presentación de documentos y la última fecha de Embarque de la mercancía.
- Se debe revisar los documentos originales y las copias, todo debe tener coherencia.
- Se debe presentar los documentos con anticipación, de esa manera, si hubiese observaciones, entonces se contará con plazos para levantar dichas observaciones.

PUNTOS IMPORTANTES QUE EL BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ (BCP) REVISARÁ EN LOS DOCUMENTOS, según lo indicado en las reglas internacionales bajo la UCP600 y la ISBP:

1. La factura comercial (UCP 600 artículo 18):
 - Debe ser emitida por el beneficiario del Crédito, en este caso es la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., y a nombre del ordenante de la carta de crédito, en este caso, la empresa ATRIMEX.

- No será necesario que cuenten con las firmas, salvo se requiera.
- La descripción de la mercancía debe ser precisa.
- Debe indicar el valor total de la factura, no debe superar el valor de crédito.
- Emitida en la misma moneda del crédito, en este caso serán dólares americanos (USD), también se debe indicar las condiciones de venta.

2. Conocimiento de embarque (UCP 600 artículo 20):

- Indicar el nombre y firma del Transportista
- Indicar estatus: cargado a bordo
- Indicar puerto de Carga (Puerto del Callao) y descarga (Puerto de Hamburgo)
- Indicar el número de copias originales (3 originales y emitidos)
- Indicar los términos y condiciones de Embarque.
- No deberá contener indicación de que está sujeto a un contrato de fletamento (*Charter Party*)

3. Póliza de seguro (UCP 600 artículo 28):

- Emitido por la compañía de seguros.
- Indicando las cláusulas y riesgos solicitados en el crédito.
- Emitido en la misma moneda del crédito, en este caso serán dólares americanos (USD).
- La fecha de documento de seguro no debe ser posterior a la fecha de embarque.
- El monto asegurado debe ser como mínimo de 110% del valor CIF o CIP de la mercancía, a menos que haya una excepción.

4. Otros documentos (UCP 600 artículos 14):
- Certificado de Origen

 - *Packing List*

INCOTERM 2020 FCA Callao en la Carta de crédito y el Contrato de Compra – Venta: *Bill of lading* con mención “a bordo”:

Es importante precisar que, el Incoterm 2020. FCA Callao fue elegido por la empresa PERUVIAN BERRIES SAC. Sin embargo, por lo que se ha considerado que el importador asuma los costos del transporte internacional y la póliza de seguro.

En tanto, se ha optado porque el medio de pago sea una Carta de crédito, el cual reduce los riesgos. En ese caso, se le tendrá que presentar el Documento de Transporte y el Seguro de la carga al Banco de Crédito del Perú para obtener el pago de la exportación.

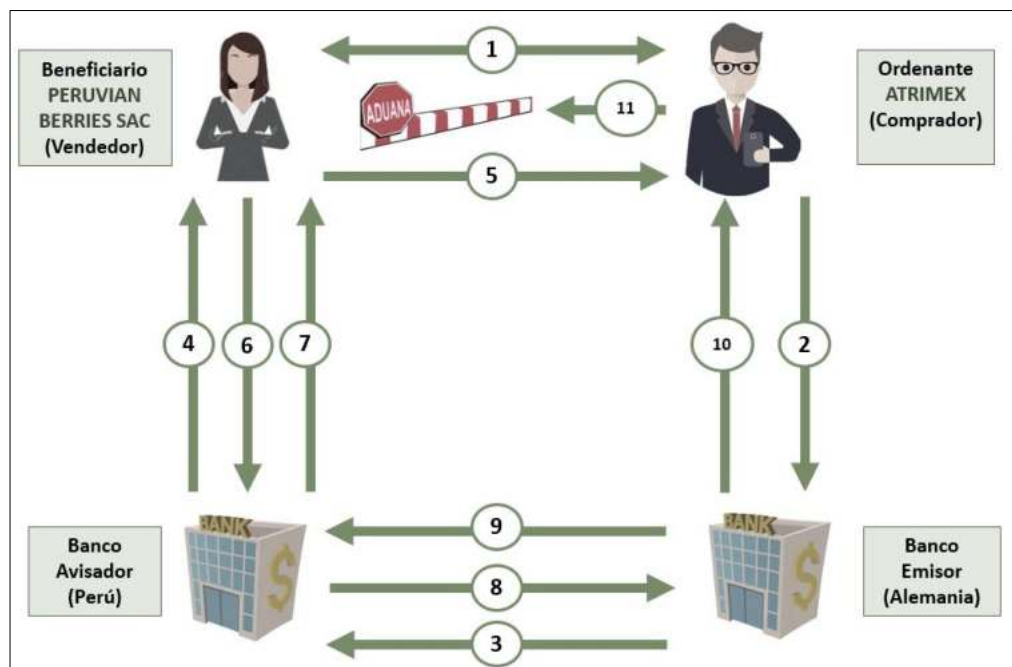
A fin de que el proceso se realice sin inconvenientes, y tomando en cuenta lo que indica la Cámara de Comercio Internacional, el importador (ATRIMEX.) solicitará al porteador (naviera) a que emita el *Bill of Lading* con la mención “a bordo”, aunque la entrega no se haya realizado de esa manera. La Cámara de Comercio Internacional ha indicado que se puede colocar en el contrato de Compra – Venta internacional, el porteador lo colocará el término “a bordo” en el *Bill of Lading*.

En tal sentido, este punto es de gran importancia para el comprador porque el vendedor el que, en cuanto reciba este documento al porteador

(naviera), el que debe emitir físicamente este documento para que pueda retirar la mercancía en el terminal de Hamburgo, Alemania.

Por lo que, si el documento de transporte indica “a bordo” permite, en primer lugar, el exportador obtener el pago y, en segundo lugar, el importador puede retirar la mercancía. A continuación, se mostrará el flujo de la carta de crédito.

Figura 52. Flujo de la Carta de Crédito



Elaboración propia.

Fuente: PROMPERU (2017)

Seguidamente se va a detallar los puntos que indica la Ilustración 50.

Flujo de la Carta de Crédito:

1. Se realiza el Contrato de Compra – Venta Internacional
2. El Comprador (ATRIMEX) apertura la carta de crédito a favor del Vendedor (PERUVIAN BERRIES SAC)

3. Envío de la carta de crédito al banco del vendedor (PERUVIAN BERRIES SAC)
4. Notificación de la carta de crédito al comprador (ATRIMEX)
5. Embarque de la Mercancía
6. Entrega de los documentos de Exportación al Banco Avisador (Origen)
7. Pago al Exportador (Carta de crédito a la vista)
8. Envío de los documentos al bando del comprador (ATRIMEX)
9. Reembolso entre el Banco Avisador y Banco Emisor
10. Entrega de documentos al comprador (ATRIMEX)
11. Retiro de la mercancía en país de destino (Alemania)

5.5. Elección del régimen de exportación

La empresa PERUVIAN BERRIES SAC., se acogerá al régimen de Exportación definitiva, el cual está estipulado en la Ley General de Aduanas, en los artículos del 60° al 63°. Asimismo, amparado en el Procedimiento General DESPA-PG.02, este régimen permite que la mercancía salga del Territorio aduanero para el uso o consumo definitivo en Alemania.

Es importante precisar que, de acuerdo con el Artículo 60° de la Ley General de Aduanas y La Ley del IGV, la exportación no está afectada a ningún tributo. Asimismo, si la exportación supera el valor de 5,000 USD, se convertirá en una Exportación Formal, por lo que se contará con el servicio de un Agente de Aduana, el cuál realizará la numeración de la

Declaración Aduanera de Mercancías, a la regularización y las gestiones que corresponda para que la mercancía pueda salir del país cumpliendo con lo que se exige.

En ese sentido, se puede indicar que El Exportador, PERUVIAN BERRIES SAC., es la persona jurídica que, destina la mercancía al régimen aduanero de Exportación definitiva. El Consignatario, ATRIMEX, es la persona jurídica a cuyo nombre se encontrará manifestada en la mercancía. Es preciso indicar que el local de la empresa exportadora si cuenta con la Inscripción del RUC, está ubicado dentro de la circunscripción y cuenta con la Infraestructura adecuada.

5.6. Gestión aduanera del comercio internacional

A continuación, se presentará los puntos cruciales en la gestión aduanera para el comercio internacional del presente plan de negocios:

MANDATO:

Para realizar la exportación definitiva, la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., generará el Mandato Electrónico (DESPA-PE.00.18), el cual será enviado al Agente de Aduana AUSA SOLUCIONES LOGISTICAS, de esa manera, la Agencia de Aduana tendrá la facultad de realizar la numeración, rectificación, regularización (41), o legajamiento de la Declaración Aduanera de Mercancías.

TRANSMISIÓN ELECTRÓNICA:

La empresa PERUVIAN BERRIES SAC., enviará un correo electrónico con la Instrucción de Embarque, en el cual se adjuntarán la Factura Comercial y *Packing List* para que el despachador pueda numerar la DAM provisional (40).

El despachador de Aduana solicitará a la Intendencia de la Aduana la destinación aduanera, para ello el despachador de Aduana transmitirá electrónicamente la información de la DAM provisional (40). Posteriormente, el SIGAD validará la información y si todo está conforme entonces se procede con la numeración de la DAM.

INGRESO DE LA CARGA A ZONA PRIMARIA:

La mercancía, el contenedor, ingresará a un Depósito temporal, donde se asignará un canal de control.

CANAL DE CONTROL Y RECONOCIMIENTO FÍSICO:

El sistema informático asignará el canal de control, en la aplicación de Técnicas de gestión de riesgo, se podría asignar el Canal de Control Verde (levante de la mercancía) o Canal de Control rojo (sujeta a reconocimiento físico). En caso la Autoridad Aduanera lo indique, el reconocimiento físico de la carga se realizará en el depósito temporal, se debe realizar en presencia del exportador y/o despachado de aduana y/o el Representante del depósito temporal, donde, el despachador de Aduana deberá presentar la DAM.

EMBARQUE DE LA MERCANCÍA:

El embarque de la mercancía se efectuará dentro del plazo de 30 días calendarios, los cuales son contados a partir del día siguiente de la numeración de la DAM. Este plazo se puede extender automáticamente por 15 días calendarios solo en el caso que, la declaración cuente con al menos una relación de carga a embarcar (RCE).

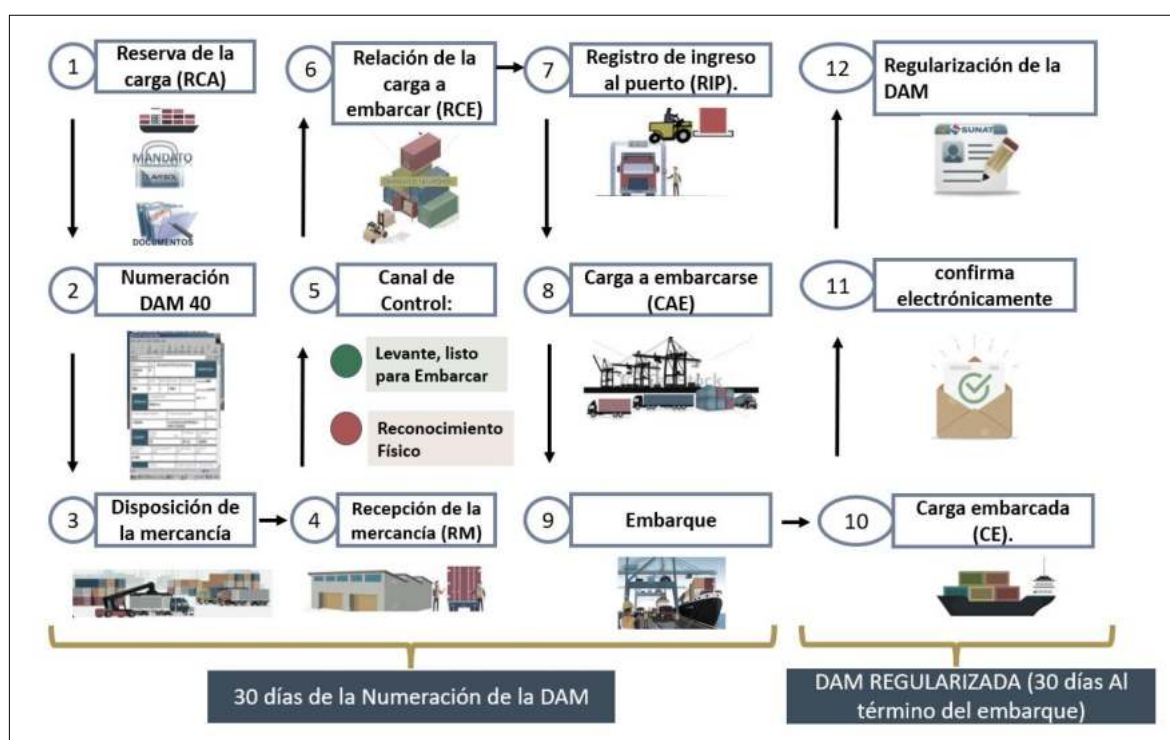
REGULARIZACIÓN DE LA EXPORTACIÓN DEFINITIVA:

La regularización de la Declaración Aduanera de Mercancías se realizará dentro de los 30 días calendarios que son contados a partir del día siguiente de la fecha de Término de Embarque. Para culminar con la regularización, el exportador confirma electrónicamente la información de la declaración.

El despachador de Aduana puede efectuar la confirmación electrónica bajo la responsabilidad del exportador. Seguidamente, el sistema informático validará la información e indicará que la declaración se encuentra regularizada (41).

A continuación, se presentará un Flujo del Régimen de Exportación Definitiva.

Figura 53. Flujograma de la Exportación Definitiva

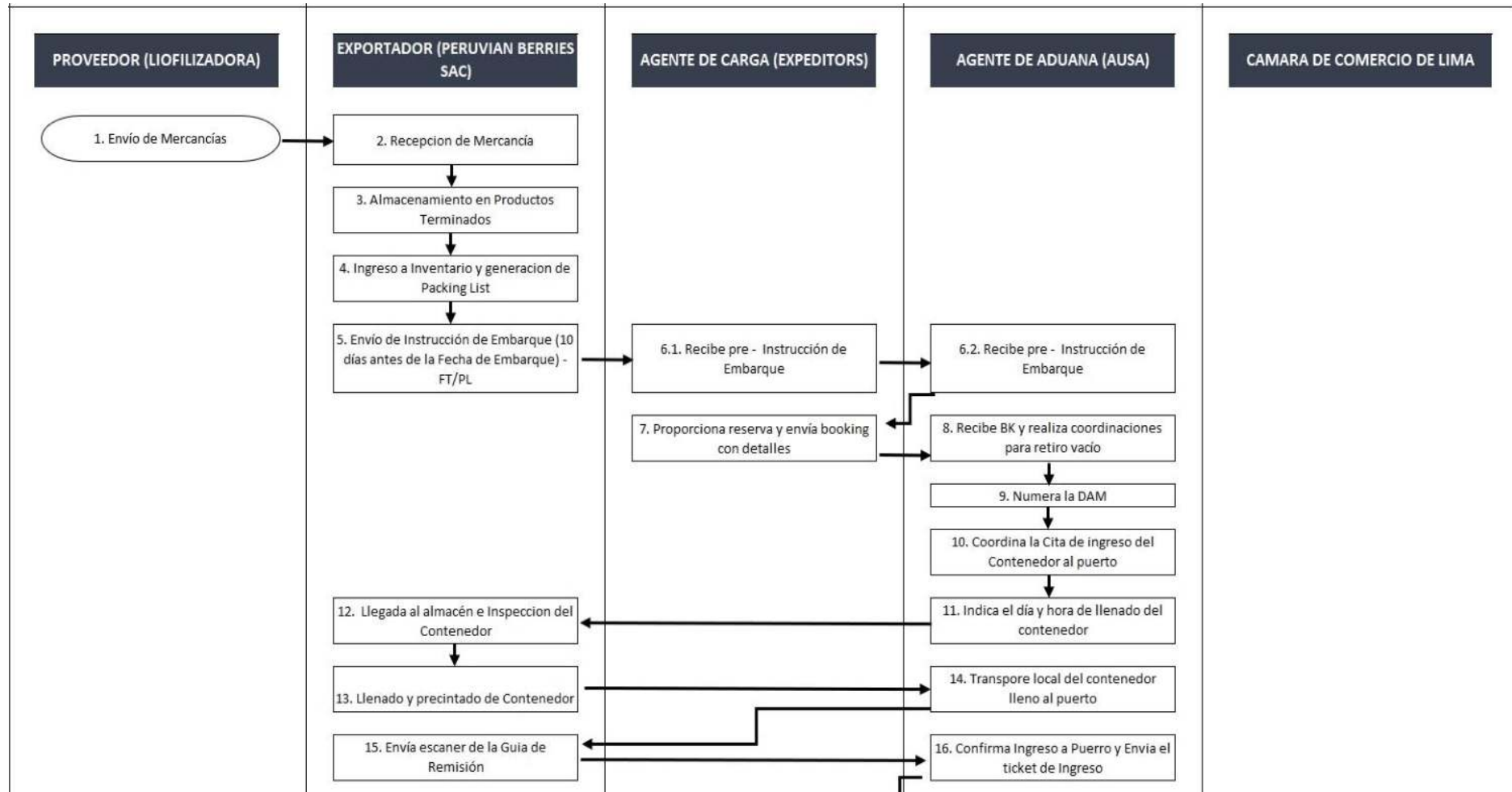


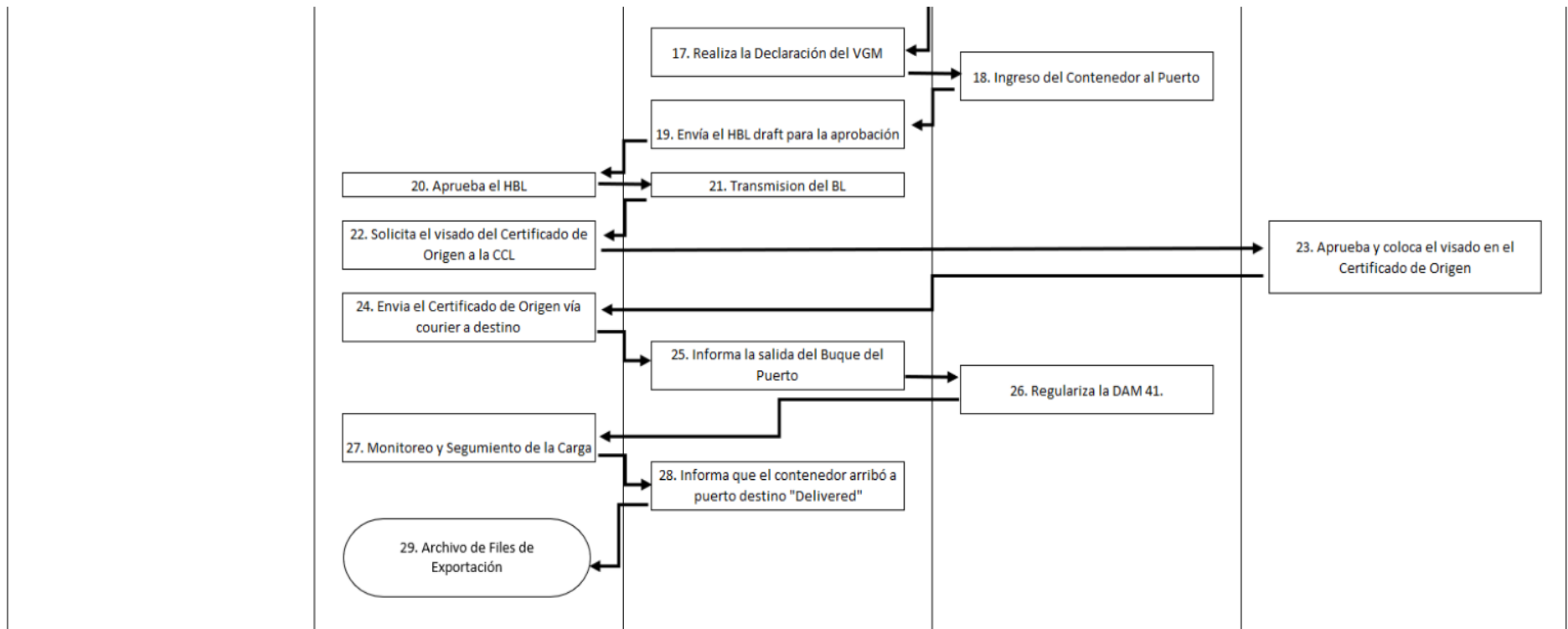
Elaboración propia.
Fuente: PROMPERU (2020)

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

La empresa PERUVIAN BERRIES SAC., ha elaborado el Flujograma del proceso de Exportación que realizará, en ese caso se va a considerar a los operadores de comercio exterior que corresponda.

Figura 54. Flujograma del proceso de Exportación de la Empresa PERUVIAN BERRIES SAC.



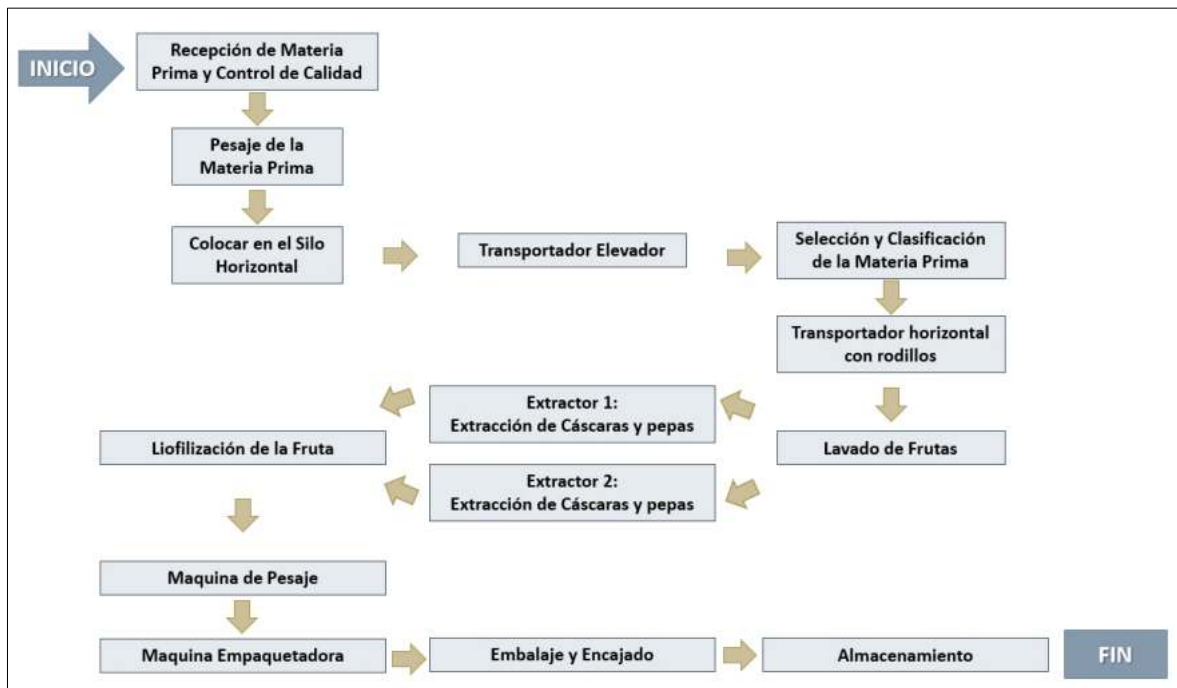


Elaboración propia.

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

La producción del aguaymanto deshidratado con el método de liofilización será tercerizada a la empresa Liofilizadora Pacifico S.R.L. En tanto, ha proporcionado el proceso productivo para obtener el producto. A continuación, se puede visualizar el Flujograma.

Figura 55. Flujograma del Proceso productivo



Elaboración propia.

VI. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1. Inversión Fija

Para el presente proyecto, se está considerando como inversión fija a todos los activos, donde la vía útil será mayor a un año, cuya finalidad es proveer todas las condiciones que son necesarios para que la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., realice las actividades.

Es importante indicar que los costos serán expresados en Soles y Dólares americanos, se ha considerado un Tipo de Cambio 3.59.

6.1.1. Activos tangibles

Se ha considerado a todos los activos materiales, los que se van a considerar para el inicio y continuación de los procesos en la empresa PERUVIAN BERRIES SAC.

A continuación, se detallan:

Tabla 84. Activos Tangibles

DESCRIPCIÓN	Cantidad	Valor Unitarios S/.	Valor Total S/.	Valor Total USD
MAQUINARIA		2,500.00	4,000.00	1,114.21
Balanza industrial	1	1,000	1,000	278.55
Transpaletas Hidráulicas Carretillas - Estocka	2	1,500	3,000	835.65
EQUIPO Y MUEBLES		1,475.00	4,390.00	1,222.84
Mesas de Trabajo de Acero	4	500	2,000	557.10
Escritorios (1.2 m.)	3	150	450	125.35
Escritorio ejecutivo (3 m.)	1	200	200	55.71
Sillas oficina	4	55	220	61.28
Sillas	6	20	120	33.43
Libreros	2	250	500	139.28
Estante	3	300	900	250.70
EQUIPOS DE OFICINA		5,885.00	11,545.00	3,215.88
Computadoras	2	1,400	2,800	779.94

Laptop	2	1,600	3,200	891.36
Impresora multifuncional	2	1,800	3,600	1002.79
Teléfono inteligente (Smartphone)	2	700	1,400	389.97
Teléfono móvil	2	85	170	47.35
Teléfono oficina	1	110	110	30.64
Ventilador	2	75	150	41.78
Microondas	1	115	115	32.03
Otros		200	850	237
Extintores	4	100	400	111.42
Botiquín	3	50	150	41.78
Uniforme del personal	6	50	300	83.57
Total Activo Tangible		10,060.00	20,785.00	5,789.69

Elaboración propia.

6.1.2. Activos intangibles

Es aquel activo que no puede ser percibido físicamente, es de naturaleza inmaterial. Aunque los activos intangibles no cuenten con una forma física, se podría afirmar que son recursos valiosos para la empresa PERUVIAN BERRIES SAC. Asimismo, son recursos que pueden llevar a contar con una ventaja competitiva.

A continuación, se detallan.

Tabla 85. Activos Intangibles

DESCRIPCIÓN	Cantidad	Valor Unitarios S/.	Valor Total S/.	Valor Total USD
ELABORACION DEL PLAN DE NEGOCIO		2,950.00	2,950.00	821.73
Elaboración del Plan de Negocio	1	2950.00	2950.00	821.73
CONSTITUCION Y LICENCIAS EMPRESA		1,324.20	1,364.20	380.00
Constitución de la empresa	1	360.00	360.00	100.28
Costos adicionales de Constitución de Empresas	1	271.50	271.50	75.63
Licencia de funcionamiento (5% de UIT)	1	228.43	228.43	63.63
inspección de defensa civil (10.1086% de UIT)	1	434.67	434.67	121.08

Inscripción de planillas 70% de (1% UIT)	1	9.60	9.60	2.67
Legalización de libros contables	3	20.00	60.00	16.71
REGISTROS		534.99	534.99	149.02
Registro de marca ante Indecopi	1	534.99	534.99	149.02
LICENCIA Y CERTIFICADOS		388.60	1,129.60	314.65
Licencia de Software (Office 365 S/. 189 + Acrobat S/. 58)	4	247	988	275.21
Certificado de Libre Comercialización de alimentos de Consumo Humano fabricados y/o elaborado en el país	1	71	71	19.72
Certificado Sanitario Oficial de Exportación de Alimentos de Consumo Humano.	1	71	71	19.72
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD		2,199	2,199	613
Creación de Pagina WEB	1	1,500	1,500	417.80
Diseño de página Web en dos idiomas	1	550	550	153.20
Correos Corporativo	1	149	149	41.50
Total Activo Tangible		7,396.69	8,177.69	2,277.91

Elaboración propia.

6.2. Capital de Trabajo

Se refiere a aquellos recursos disponibles con los que debe contar la empresa, PERUVIAN BERRIES SAC., para comenzar las operaciones. Con el capital de trabajo, la empresa podrá mantener las operaciones, aun cuando pueda surgir contingencias que aplacen la venta y no hay efectivo para afrontar los gastos básicos.

Tabla 86. Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	DESCRIPCIÓN	COSTO ANUAL USD	COSTO ANUAL S/.	COSTO MENSUAL S/.											
				Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
IMPREVISTOS	Imprevistos	2,785.52	10,000.00												
DEPÓSITO EXIGIBLE	Depósito de Garantía - Alquiler (2 meses)	2,520.00	9,046.80												
COSTO PRODUCTO	Costo del Producto Tercerizado	137,808.00	494,730.72	82,455.12		82,455.12		82,455.12		82,455.12		82,455.12		82,455.12	
COSTOS INDIRECTOS	Costo Personal Administrativo	34,634.91	124,339.33	10,361.61	10,361.61	10,361.61	10,361.61	10,361.61	10,361.61	10,361.61	10,361.61	10,361.61	10,361.61	10,361.61	10,361.61
	Materiales Indirectos	34.54	124.00	41.33				41.33				41.33			
	Gastos indirectos (alquiler, servicios, etc)	18,629.75	66,880.80	5,573.40	5,573.40	5,573.40	5,573.40	5,573.40	5,573.40	5,573.40	5,573.40	5,573.40	5,573.40	5,573.40	5,573.40
COSTO DE PRODUCCION	Caja de Carton corrugado	1,392.76	5,000.00	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67	416.67
	Paletas Europeas	1,169.92	4,200.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00
	Strech Film	86.91	312.00	26.00	26.00	26.00	26.00	26.00	26.00	26.00	26.00	26.00	26.00	26.00	26.00
	Cinta Embalaje	55.71	200.00	16.67	16.67	16.67	16.67	16.67	16.67	16.67	16.67	16.67	16.67	16.67	16.67
COSTOS LOGISTICOS	Traslado interno - Puerto	1,253.48	4,500.00		750.00		750.00		750.00		750.00		750.00		750.00
	Resguardo	299.77	1,076.16		179.36		179.36		179.36		179.36		179.36		179.36
	Cargo y Gastos Financieros - Agente Aduana	0.33	1.20		0.20		0.20		0.20		0.20		0.20		0.20
	Gastos Operativos	225.63	810.00		135.00		135.00		135.00		135.00		135.00		135.00
	Precinto Aduana	11.70	42.00		7.00		7.00		7.00		7.00		7.00		7.00
	Handling	510.00	1,830.90		305.15		305.15		305.15		305.15		305.15		305.15
	Masa de la Carga Bruta certificada (VGM)	150.00	538.50		89.75		89.75		89.75		89.75		89.75		89.75
	Entrega de Contenedor Vacío - Terminal Vacíos	913.32	3,278.82		546.47		546.47		546.47		546.47		546.47		546.47
	Servicio Especial Depósito Temporal - DP World	512.76	1,840.80		306.80		306.80		306.80		306.80		306.80		306.80
	Emisión de BL	186.00	667.74		111.29		111.29		111.29		111.29		111.29		111.29
Visto Bueno	1,020.00	3,661.80		610.30		610.30		610.30		610.30		610.30		610.30	

	Courier DHL - Envío de Certificado Origen a Alemania	250.70	900.00		150.00		150.00		150.00		150.00		150.00		150.00
COSTOS DE GESTION	Certificado de Origen - CCL	71.00	254.88		42.48		42.48		42.48		42.48		42.48		42.48
	Comisión de Agente de Aduana	568.25	2,040.00		340.00		340.00		340.00		340.00		340.00		340.00
	Comisión bancaria por cobranza documentaria (BCP)	300.00	1,077.00		179.50		179.50		179.50		179.50		179.50		179.50
	póliza de seguro de traslado interno de carga	278.56	1,000.02		166.67		166.67		166.67		166.67		166.67		166.67
GASTOS ADMINISTRATIVOS	Contador Externo	10,027.86	36,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
	Servicio de Limpieza	1,671.31	6,000.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
GASTO UTILES DE OFICINA	Lapiceros y lapices	10.03	36.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
	Sobre Manila - oficio	10.03	36.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
	Archivadores	70.19	252.00	21.00	21.00	21.00	21.00	21.00	21.00	21.00	21.00	21.00	21.00	21.00	21.00
	Hojas bond - A4	75.21	270.00	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50	22.50
	Demás utiles de oficina (grapadora / perforador / Tijeras)	58.50	210.00	17.50	17.50	17.50	17.50	17.50	17.50	17.50	17.50	17.50	17.50	17.50	17.50
GASTOS DE PROMOCION Y VENTAS	Página web (dominio)	125.35	450.00	450.00											
	Código QR	167.13	600.00	600.00											
	Alquiler stand Feria Internacional	1,615.60	5,800.00	5,800.00											
	Acondicionamiento Stand	696.38	2,500.00	2,500.00											
	Pasaje aéreo	376.04	1,350.00	1,350.00											
	Hospedaje	139.28	500.00	500.00											
	Movilidad en país de destino	55.71	200.00	200.00											
	Alimentación	69.64	250.00	250.00											
	Folletos y Brochure + muestras comerciales	696.38	2,500.00	2,500.00											
Pago de la comisión del agente comercial internacional	7,520.89	27,000.00	27,000.00												
TOTAL		229,055.01	822,307.47												

Elaboración propia.

6.3. Inversión Total

Para la inversión total, se consideran todos los costos y gastos en que incurrirá la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., para llevar a cabo el presente Plan de exportaciones, para ello, se ha tomado en cuenta un período de tiempo y la adquisición que permitirán implementar la producción del producto presentado.

La finalidad es plasmar los procesos a realizar y los costos respectivos, por tal motivo, se va a considerar la inversión tangible, la inversión intangible y el capital de trabajo que suma 851,270.16 soles, lo que equivale a 237,122.61 USD. Considerando un tipo de cambio de 3.59. A continuación, se puede visualizar el resumen de la inversión de la empresa.

Tabla 87. Inversión Total

DESCRIPCIÓN	Valor Total S/.	Valor Total USD
inversión en Activo Tangible	20,785.00	5,789.69
Balanza industrial	1,000	278.55
Transpaletas Hidráulicas Carretillas - Estocka	3,000	835.65
Mesas de Trabajo de Acero	2,000	557.10
Escritorios (1.2 m.)	450	125.35
Escritorio ejecutivo (3 m.)	200	55.71
Sillas oficina	220	61.28
Sillas	120	33.43
Libreros	500	139.28
Estante	900	250.70
Computadoras	2,800	779.94
Laptop	3,200	891.36
Impresora multifuncional	3,600	1002.79
Teléfono inteligente (Smartphone)	1,400	389.97
Teléfono móvil	170	47.35
Teléfono oficina	110	30.64
Ventilador	150	41.78
Microondas	115	32.03
Extintores	400	111.42
Botiquín	150	41.78
Uniforme del personal	300	83.57

inversión en Activo Intangible	8,177.69	2,277.91
Elaboración del Plan de Negocio	2,950	821.73
Constitución de la empresa	360	100.28
Costos adicionales de Constitución de Empresas	272	75.63
Licencia de funcionamiento (5% de UIT)	228	63.63
Inspección de defensa civil (10.1086% de UIT)	435	121.08
Inscripción de planillas 70% de 1% UIT	10	2.67
Legalización de libros contables	60	16.71
Registro de marca ante Indecopi	535	149.02
Licencia de Software (Office 365 S/. 189 + Acrobat S/. 58)	988	275.21
Certificado de Libre Comercialización de alimentos de Consumo Humano fabricados y/o elaborado en el país	71	19.72
Certificado Sanitario Oficial de Exportación de Alimentos de Consumo Humano.	71	19.72
Creación de Pagina WEB	1,500	417.80
Diseño de página Web en dos idiomas	550	153.20
Correos Corporativo	149	41.50
Capital de Trabajo	822,307.47	229,055.01

INVERSION TOTAL		
DESCRIPCIÓN	Valor Total S/.	Valor Total USD
Inversión en Activo Tangible	20,785.00	5,789.69
Inversión en Activo Intangible	8,177.69	2,277.91
Capital de Trabajo	822,307.47	229,055.01
Total	851,270.16	237,122.61

Elaboración propia.

6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

Tomando como referencia el punto anterior, se ha determinado que, la inversión total en soles asciende a la suma de 851,270.16, el cual está cubriendo todo lo que la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., va a incurrir para la realización de sus operaciones en un año.

Para realizar el financiamiento del monto mencionado, del presente plan de negocios, se ha determinado que entre los dos socios aportaran el 45%, y del 55% restante, se solicitará un préstamo bancario de 468,198.59 soles al Banco de Crédito del Perú a una tasa de 12.31% y

a un plazo de 3 años con pagos mensuales que ascienden a un monto S/. 15,476.22.

A continuación, se puede visualizar la distribución.

Tabla 88. Inversión Total

	Valor Total S/.	Valor Total USD
INVERSION TOTAL =	851,270.16	237,122.61
55% Financiado	468,198.59	130,417.43
45% Aporte 2 Socios	383,071.57	106,705.17

Elaboración propia.

Seguidamente, se presenta el cuadro de amortización de la deuda con el Banco de Crédito del Perú:

Tabla 89. Amortización de la Deuda

Numero cuota	Valor de la Cuota	Intereses	Capital	Saldo
				468,198.59
1	15,476.22	4,551.52	10,924.70	457,273.88
2	15,476.22	4,445.32	11,030.91	446,242.98
3	15,476.22	4,338.08	11,138.14	435,104.84
4	15,476.22	4,229.80	11,246.42	423,858.42
5	15,476.22	4,120.47	11,355.75	412,502.67
6	15,476.22	4,010.08	11,466.14	401,036.52
7	15,476.22	3,898.61	11,577.61	389,458.91
8	15,476.22	3,786.06	11,690.16	377,768.75
9	15,476.22	3,672.42	11,803.80	365,964.95
10	15,476.22	3,557.67	11,918.55	354,046.40
11	15,476.22	3,441.81	12,034.42	342,011.98
12	15,476.22	3,324.82	12,151.41	329,860.58
13	15,476.22	3,206.69	12,269.54	317,591.04
14	15,476.22	3,087.41	12,388.81	305,202.23
15	15,476.22	2,966.98	12,509.25	292,692.98
16	15,476.22	2,845.37	12,630.85	280,062.13
17	15,476.22	2,722.58	12,753.64	267,308.48
18	15,476.22	2,598.60	12,877.63	254,430.86
19	15,476.22	2,473.41	13,002.81	241,428.05
20	15,476.22	2,347.00	13,129.22	228,298.83
21	15,476.22	2,219.37	13,256.85	215,041.98
22	15,476.22	2,090.50	13,385.73	201,656.25
23	15,476.22	1,960.37	13,515.85	188,140.40
24	15,476.22	1,828.98	13,647.25	174,493.15
25	15,476.22	1,696.31	13,779.91	160,713.24
26	15,476.22	1,562.35	13,913.87	146,799.36

27	15,476.22	1,427.09	14,049.14	132,750.23
28	15,476.22	1,290.51	14,185.71	118,564.52
29	15,476.22	1,152.61	14,323.62	104,240.90
30	15,476.22	1,013.36	14,462.86	89,778.04
31	15,476.22	872.76	14,603.46	75,174.58
32	15,476.22	730.80	14,745.42	60,429.15
33	15,476.22	587.45	14,888.77	45,540.38
34	15,476.22	442.71	15,033.51	30,506.88
35	15,476.22	296.57	15,179.65	15,327.22
36	15,476.22	149.00	15,327.22	(0.00)
	557,144.01	88,945.42	468,198.59	

Elaboración propia.

6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito

Para realizar la elección del Banco para poder financiar el 55% de la Inversión, se ha realizado la comparación y evaluación para solicitar el préstamo de capital con el Banco de Crédito del Perú, a continuación, se muestran las tasas efectivas proporcionadas por la Superintendencias de Banca y Seguros (2020).

Tabla 90. Créditos - Capital de trabajo para Pequeñas Empresas (Moneda Nacional)

Tasa Anual %	BBVA	Comercio	Crédito	Pichincha	BIF	Scotiabank	Interbank
Pequeñas Empresas	6.16	6.46	12.18	20.65	9.15	5.37	7.88
Descuentos	10.09	15.00	14.36	14.63	11.21	10.83	8.65
Préstamos hasta 30 días	11.09	-	6.63	39.10	-	2.77	-
Préstamos de 31 a 90 días	11.59	14.00	6.77	15.92	10.10	3.06	7.50
Préstamos de 91 a 180 días	13.27	-	8.80	21.06	8.93	9.25	16.00
Préstamos de 181 a 360 días	14.19	-	9.21	25.81	12.50	10.72	29.71
Préstamos a más de 360 días	4.79	1.00	12.31	20.66	6.25	5.39	7.55

Elaboración propia.

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (2020)

En la siguiente tabla se detallan las condiciones de crédito que corresponden al Banco de Crédito del Perú.

En ella se visualiza el monto, las 36 cuotas, la tasa 0.97%, las cuotas mensuales de 15,476.22 soles, la Tasa Efectiva Anual es de 12.31%, y la Tasa efectiva mensual 0.97%.

Tabla 91. Condiciones de Crédito

PRÉSTAMO	
Monto	468,198.59
Moneda	Soles
Cuotas	36
Tasa	0.97%
Cuotas Mensuales	S/. 15,476.22
Banco	BANCO DE CREDITO DEL PERU
TEA	12.31%
TEM	0.97%

Elaboración propia.

6.6. Presupuesto de costos

Para obtener el presupuesto total de los costos, se ha desglosado todos los costos fijos y variables en los que ha incurrido la empresa PERUVIAN BERRIES SAC. Para realizar las operaciones, se ha considerado los costos en moneda nacional (S/.) y en moneda extranjera (USD) debido a que, el costo de tercerización de producción con el proveedor se ha pactado en dólares americanos.

También, es importante precisar que se ha considerado un Tipo de Cambio de 3.59. Los costos fueron desglosados en el módulo anterior. A continuación, se presenta el resumen de los costos en los que va a incurrir la empresa para iniciar sus operaciones

En la siguiente tabla se han detallado los costos Fijos Totales:

Tabla 92. Costos Fijos

COSTOS FIJOS	COSTO ANUAL S/.	COSTO ANUAL USD
COSTO PERSONAL ADMINISTRATIVO	124,339.33	34,634.91
COSTOS DE PRODUCCION	9,712.00	2,705.29
GASTOS INDIRECTOS	66,880.80	18,629.75
GASTOS ADMINISTRATIVOS (Servicio tercero)	42,000.00	11,699.16
COSTOS DE GESTION	4,371.88	1,217.79
TOTAL COSTOS FIJOS	247,304.01	68,886.91

Elaboración propia.

En la siguiente tabla se han detallado los costos Variables Totales:

Tabla 93. Costos Variables

COSTOS VARIABLES	COSTO ANUAL S/.	COSTO ANUAL USD
COSTO DEL PRODUCTO TERCERIZADO	494,730.72	137,808.00
MATERIALES INDIRECTOS	124.00	34.54
GASTO UTILES DE OFICINA	804.00	223.96
GASTOS DE PROMOCION Y VENTAS	41,150.00	11,462.40
COSTOS LOGISTICOS	19,147.92	5,333.68
TOTAL COSTOS FIJOS	555,956.64	154,862.57

Elaboración propia.

Se realizará la sumatoria total de los costos fijos y los costos variables:

Tabla 94. Costos Totales

COSTOS	COSTO ANUAL S/.	COSTO ANUAL USD
COSTOS FIJOS	247,304.01	68,886.91
COSTOS VARIABLES	555,956.64	154,862.57
COSTO TOTAL	803,260.65	223,749.48

Elaboración propia.

6.7. Punto de Equilibrio

Para el presente proyecto, se va a considerar el punto de equilibrio como el nivel de ventas que debe realizar la empresa para cubrir los costos totales. Esta herramienta estratégica permitirá determinar la solvencia del presente plan de negocio y el nivel de rentabilidad. Lo que se pretende es que la Inversión Total sea igual que los Costos Totales.

Para realizar el cálculo se empleará el precio establecido.

Asimismo, se va a considerar los costos fijos y costos variables que se desglosaron en los puntos precedentes.

Tabla 95. Desglose de los Costos Totales

	COSTOS FIJOS		COSTOS VARIABLES		COSTO TOTAL
SOLES	247,304.01	+	555,956.64	=	803,260.65
DOLARES	68,886.91	+	154,862.57	=	223,749.48

Elaboración propia.

A continuación, se realizará el cálculo del punto de equilibrio.

Donde:

Q = Cantidad en unidades
Pv = Precio de venta por unidad
CVU = Costo variable por unidad
CFT = Costo fijo total
Producción mínima en unidades: $Q = CFT / Pv - Cvu$

Ahora, se van a reemplazar los datos:

	Valor Total S/.	Valor Total USD
Productos en un año =	47,520	

Costo fijo total	=	247,304.01	68,886.91
Costo variable unitario	=	11.70	3.26
Precio de venta	=	25.36	7.06

Seguidamente, se desarrollará la fórmula:

$$Q = 247,304.01 / 25.36 - 11.70 = \text{unidades.}$$

En tal sentido, la cantidad mínima que se debe vender es 18,104 unidades (envases) para no obtener ganancia y tampoco para perder.

Y para obtener el punto de equilibrio en dinero, expresado en soles, será:

$$25.36 \times 18,104 = 459,117.44 \text{ soles.}$$

Tabla 96. Punto de Equilibrio

	Valor Total S/.	Valor Total USD
Costo Fijo Unitario	5.20	1.45
Costo Variable Unitario	11.70	3.26
Costo Total Unitario	16.90	4.71
Margen de Ganancia (50%)	8.45	2.35
Valor de Venta S/.	25.36	7.06
IGV	0.00	0.00
Precio de Venta FCA	25.36	7.06
Punto de Equilibrio (Cantidad)	18,104	18,104
Punto de Equilibrio (Dinero)	459,117.44	127,814.24

Elaboración propia

6.8. Tributación de la exportación

De acuerdo con lo indicado en el Artículo 60° de la Ley General de Aduanas, la Exportación Definitiva no está afectada a ningún tributo.

6.9. Presupuesto de ingresos

Para el presente plan de exportación, se ha proyectado realizar las ventas bimensuales de 7,920 envases en los tres primeros años y después se ha considerado un crecimiento de 5% en la cantidad de envases, resultando la venta para el tercer y cuarto año de 8,316 envases. Y para el quinto año un incremento de 5%, de 8,732 envases. Dado que la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., no cuenta con Ingresos No Operativos, para el desglose de los ingresos serán considerados por los Ingresos Operativos (Ventas).

A continuación, se muestra la Cantidad proyectada de ventas en el primer año.

Tabla 97. Cantidad Proyectada de Venta – Año 1

Descripción	Cantidad
Cantidad (envases) bimensual	7,920
Precio Incoterm FCA Callao Soles	25.36
Precio Incoterm FCA Callao USD	7.06
Tipo de Cambio	3.59

Elaboración propia.

También es importante realizar el desglose de los ingresos operativos de acuerdo con los meses en el año.

Tabla 98. Cantidad Proyectada de Venta – Por meses

INGRESOS OPERATIVOS		MESES DEL AÑO 1											
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Precio FCA - Snack 1 - 227g	-	25.36	-	25.36	-	25.36	-	25.36	-	25.36	-	25.36	
Cantidad (Envases)	-	7,920	-	7,920	-	7,920	-	7,920	-	7,920	-	7,920	
Total Ingresos producto 1	-	200,851.20	-	200,851.20	-	200,851.20	-	200,851.20	-	200,851.20	-	200,851.20	
INGRESOS OPERATIVOS		MESES DEL AÑO 2											
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Precio FCA - Snack 1 - 227g	-	25.36	-	25.36	-	25.36	-	25.36	-	25.36	-	25.36	
Cantidad (Envases)	-	7,920	-	7,920	-	7,920	-	7,920	-	7,920	-	7,920	
Total Ingresos producto 1	-	200,851.20	-	200,851.20	-	200,851.20	-	200,851.20	-	200,851.20	-	200,851.20	
INGRESOS OPERATIVOS		MESES DEL AÑO 3											
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Precio FCA - Snack 1 - 227g	-	25.36	-	25.36	-	25.36	-	25.36	-	25.36	-	25.36	
Cantidad (Envases)	-	8,316	-	8,316	-	8,316	-	8,316	-	8,316	-	8,316	
Total Ingresos producto 1	-	210,893.76	-	210,893.76	-	210,893.76	-	210,893.76	-	210,893.76	-	210,893.76	
INGRESOS OPERATIVOS		MESES DEL AÑO 4											
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Precio FCA - Snack 1 - 227g	-	25.36	-	25.36	-	25.36	-	25.36	-	25.36	-	25.36	
Cantidad (Envases)	-	8,316	-	8,316	-	8,316	-	8,316	-	8,316	-	8,316	
Total Ingresos producto 1	-	210,893.76	-	210,893.76	-	210,893.76	-	210,893.76	-	210,893.76	-	210,893.76	
INGRESOS OPERATIVOS		MESES DEL AÑO 5											
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Precio FCA - Snack 1 - 227g	-	25.36	-	25.36	-	25.36	-	25.36	-	25.36	-	25.36	
Cantidad (Envases)	-	8,732	-	8,732	-	8,732	-	8,732	-	8,732	-	8,732	
Total Ingresos producto 1	-	221,438.45	-	221,438.45	-	221,438.45	-	221,438.45	-	221,438.45	-	221,438.45	

Elaboración propia.

Seguidamente, a manera de resumen, se detallará el ingreso anual proyectado en cinco años, se estará considerando el incremento de 5% de las ventas realizadas en el cuarto y quinto año.

Tabla 99. Ingresos Operativos Anuales – 5 años

	Año	Valor Total S/.	Valor Total USD
	1	1,205,107.20	335,684.46
	2	1,205,107.20	335,684.46
+5%	3	1,265,362.56	352,468.68
	4	1,265,362.56	352,468.68
+5%	5	1,328,630.69	370,092.11
	TOTAL	6,269,570.21	1,746,398.39

Elaboración propia.

Finalmente, se realizará el cálculo del precio del envase, de caja, de pallet, de contenedor y el primer año.

Tabla 100. Precios

Descripción	N° Envases	Valor Total S/.	Valor Total USD
Precio por 1 Envase 227g.	1	25.36	7.06
Precio por Caja (24 envases)	24	608.64	169.54
Precio por Pallet (720 envases)	720	18,259.20	5,086.13
Precio por Contenedor	7,920	200,851.20	55,947.41
Precio por 6 Contenedores	47520	1,205,107.20	335,684.46

Elaboración propia.

También es preciso indicar que se percibirá los ingresos por Devolución del IGV, dado que la producción será tercerizada a la empresa liofilizadora y se van a adquirir las cajas y el embalaje en un proveedor local. En tal sentido, el detalle se realiza a continuación.

Se puede indicar que el costo de compra de producto (tercerizado) y los costos de producción se han incrementado en 3% a partir del siguiente año de operaciones.

En la presente tabla se puede observar el saldo a favor de la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., en este caso se ha considerado el IGV de las compras y no el IGV de las ventas, dado que a este último no le corresponde.

Tabla 101. Saldo a Favor del Exportador – Proyectado
(Expresado en Soles)

Descripción	Años					
	0	1	2	3	4	5
Costo de compra de producto		494,730.72	509,572.64	524,859.82	540,605.62	556,823.78
Costo de Producción (Caja, embalaje, etc.)		9,712.00	10,003.36	10,303.46	10,612.56	10,930.94
Costo por Compra Total		504,442.72	519,576.00	535,163.28	551,218.18	567,754.73
IGV de ventas 18%	-	-	-	-	-	-
IGV de compras 18%		90,799.69	93,523.68	96,329.39	99,219.27	102,195.85
IGV de inversiones de activo tangible	1,042.14					
Diferencias de IGV	1,042.14					
Devolución del IGV		91,841.83	93,523.68	96,329.39	99,219.27	102,195.85

Elaboración propia.

6.10. Presupuesto de egresos

Para definir los presupuestos de egreso proyectado en los próximos cinco años, se va a considerar que el crecimiento de las ventas a partir del tercer año, dado que el acuerdo con el bróker establece un 5% de la

cantidad exportada a partir del tercer año proyectado, y un adicional de 5% en el quinto año proyectado.

En tal sentido, considerando aquel crecimiento en las ventas, se ha determinado que se deberá realizar un incremento de 3% en los costos, los cuales se replicarán en cada año proyectado. De esa manera, se podrá atender la demanda y cumplir con la solicitud del *bróker*. A continuación, se muestran la proyección de los costos.

Proyección de los Costos Fijos:

Es importante precisar que, para el Costo del Personal Administrativo, se ha considerado un incremento de 5% en el sueldo de los colaboradores a partir del cuarto año proyectado. Y los demás costos fijos se han proyectado en base a la tasa de 3%.

Tabla 102. Presupuesto proyectado de costos fijos
(Expresado en Soles)

COSTOS FIJOS	COSTO ANUAL USD	COSTO ANUAL S/.	2021	2022	2023	2024	2025
COSTO PERSONAL ADMINISTRATIVO	34,634.91	124,339.33	124,339.33	124,339.33	124,339.33	130,146.30	130,146.30
COSTOS DE PRODUCCION	2,705.29	9,712.00	9,712.00	10,003.36	10,303.46	10,612.56	10,930.94
GASTOS INDIRECTOS	18,629.75	66,880.80	66,880.80	68,887.22	70,953.84	73,082.46	75,274.93
GASTOS ADMINISTRATIVOS (Servicio tercero)	11,699.16	42,000.00	42,000.00	43,260.00	44,557.80	45,894.53	47,271.37
COSTOS DE GESTION	1,217.79	4,371.88	4,371.88	4,503.04	4,638.13	4,777.27	4,920.59
TOTAL COSTOS FIJOS	68,886.91	247,304.01	247,304.01	250,992.95	254,792.56	264,513.13	268,544.13

Elaboración propia.

Proyección de los Costos variables:

Para el cálculo del costo del producto tercerizado, se ha considerado un incremento en el precio de 3% en el cuarto y quinto año proyectado, dado que así lo ha establecido el proveedor. Asimismo, los demás costos variables se han proyectado en base a la tasa de 3%.

Tabla 103. Presupuesto proyectado de costos variables
(Expresado en soles)

COSTOS VARIABLES	COSTO ANUAL USD	COSTO ANUAL S/.	2021	2022	2023	2024	2025
COSTO DEL PRODUCTO TERCERIZADO	137,808.00	494,730.72	494,730.72	509,572.64	524,859.82	540,605.62	556,823.78
MATERIALES INDIRECTOS	34.54	124.00	124.00	127.72	131.55	135.50	139.56
GASTO UTILES DE OFICINA	223.96	804.00	804.00	828.12	852.96	878.55	904.91
GASTOS DE PROMOCION Y VENTAS	11,462.40	41,150.00	41,150.00	42,384.50	43,656.04	44,965.72	46,314.69
COSTOS LOGISTICOS	5,333.68	19,147.92	19,147.92	19,722.36	20,314.03	20,923.45	21,551.15
TOTAL COSTOS FIJOS	154,862.57	555,956.64	557,977.64	574,657.34	591,837.43	609,532.83	627,759.10

Elaboración propia.

6.11. Flujo de caja proyectado

Para el presente plan de exportación, se ha realizado el Flujo de Caja Económico proyectado y el Flujo de Caja Financiero proyectado, en ellas se plasmará el dinero estimado que se espere que ingrese y que egrese. Ambos Flujos incluyen los ingresos y gastos proyectados que se ha realizado para un horizonte de cinco (05) años. Los Flujos servirán de base para analizar los indicadores.

6.11.1. Flujo de Caja Económico

A continuación, se presenta el Flujo de Caja Económico, a través de este flujo se podrá conocer la rentabilidad y viabilidad del presente plan de negocios, en el presente flujo se han proyectado los ingresos y egresos en una línea de tiempo de 5 años.

Tabla 104. Flujo de Caja Económico
(Expresado en soles)

CONCEPTO		AÑOS					
		0	2021	2022	2023	2024	2025
INGRESOS			1,205,107	1,205,107	1,265,363	1,265,363	1,328,631
Ingresos operativos			1,205,107	1,205,107	1,265,363	1,265,363	1,328,631
Ingresos no operativos			-	-	-	-	-
COSTO Y GASTOS			791,022	830,147	851,126	878,541	900,797
Costos fijos			228,547	250,993	254,793	264,513	268,544
Costos Variables			555,957	572,635	589,814	607,509	625,734
Depreciación			4,883	4,883	4,883	4,883	4,883
Amortización intangible			1,636	1,636	1,636	1,636	1,636
UTILIDAD OPERATIVA			414,085	374,960	414,237	386,822	427,833
Impuesto renta	RER1.5% MENSUAL ING. NETOS		18,077	18,077	18,980	18,980	19,929
UTILIDAD NETA			396,008	356,883	395,256	367,841	407,904
Depreciación			4,883	4,883	4,883	4,883	4,883
Amortización intangible			1,636	1,636	1,636	1,636	1,636
Valor Residual							7,792
Inversiones		(851,270)	-	-	-	-	-
FLUJO DE CAJA ECONOMICO		(851,270)	402,527	363,402	401,775	374,360	422,215
FCE ACUMULADO		(851,270)	(448,743)	(85,342)	316,433	690,793	1,113,008

Elaboración propia.

6.11.2. Flujo de Caja Financiero

Para el presente plan de negocios, se ha considerado el Flujo de Caja Financiero para realizar el detalle de la circulación del efectivo que registran los ingresos y los egresos. Se realizará la suma del Flujo de Caja Financiero, donde podrá comprobar la rentabilidad del presente plan. A continuación, se visualiza:

Tabla 105. Flujo de Caja Financiero
(Expresado en soles)

CONCEPTO		AÑOS					
		0	2021	2022	2023	2024	2025
INGRESOS			1,205,107	1,205,107	1,265,363	1,265,363	1,328,631
Ingresos operativos			1,205,107	1,205,107	1,265,363	1,265,363	1,328,631
Ingresos no operativos			-	-	-	-	-
COSTO Y GASTOS			838,399	860,495	862,348	878,541	900,797
Costos fijos			228,547	250,993	254,793	264,513	268,544
Costos Variables			555,957	572,635	589,814	607,509	625,734
Intereses			47,377	30,347	11,222		
Depreciación			4,883	4,883	4,883	4,883	4,883
Amortización intangible			1,636	1,636	1,636	1,636	1,636
UTILIDAD OPERATIVA			366,708	344,613	403,015	386,822	427,833
Impuesto renta	RER1.5% MENSUAL ING. NETOS		18,077	18,077	18,980	18,980	19,929
UTILIDAD NETA			348,632	326,536	384,035	367,841	407,904
Depreciación			4,883	4,883	4,883	4,883	4,883
Amortización intangible			1,636	1,636	1,636	1,636	1,636
Valor Residual							7,792
Devolución Capital de Trabajo							822,307
Amortización			(138,338)	(155,367)	(174,493)		
Inversiones		(851,270)	-	-	-	-	-
Préstamo		468,199					

FLUJO DE CAJA FINANCIERO		(383,072)	216,812	177,687	216,060	374,360	1,244,522
FCF ACUMULADO		(383,072)	(166,259)	11,428	227,488	601,848	1,846,370

Elaboración propia.

6.12. Estado de Ganancias y Pérdida

El presente informe financiero tiene como finalidad la medida de la actividad de la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., a lo largo de un horizonte, en este caso es de 5 años.

Por medio del Estado de Ganancias y Pérdidas, se podrá obtener la información acerca de la ganancia (utilidad) o pérdida. De esa manera permitirá medir los logros que se han alcanzado, se podrá evaluar la rentabilidad, el desempeño de la empresa, el potencial de crédito, medir los riesgos en que se pudiera incurrir. Para Antes de realizar y detallar el Estado de ganancias y pérdidas, se realizará el desglose de los valores de depreciación y amortización en el horizonte proyectado.

Tabla 106. Depreciación Contable Lineal
(Expresado en soles)

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL	VIDA UTIL	DEPREC. ANUAL
Balanza industrial	1	847.46	847.46	10	84.75
Transpaletas Hidráulicas Carretillas - Estocka	2	2,542.37	5,084.75	10	508.47
Muebles escritorio y sillas	18	140.77	2,533.86	10	253.39
Computadoras	2	2,372.88	4,745.76	5	949.15
Laptop	2	2,711.86	5,423.73	5	1,084.75
Impresora multifuncional	2	3,050.85	6,101.69	5	1,220.34
Teléfonos y Celulares	5	1,423.73	7,118.64	10	711.86
Ventilador	2	127.12	254.24	5	50.85
Microondas	1	97.46	97.46	5	19.49
			32,208		

	0	2021	2022	2023	2024	2025
Activos	2,207.59			-		
Depreciación		4,883.05	4,883.05	4,883.05	4,883.05	4,883.05
Valor residual		27,324.54	22,441.49	17,558.45	12,675.40	7,792.35

Elaboración propia.

Tabla 107. Amortización Intangible
(Expresado en soles)

DETALLE	Valor Inicial	Tasa Anual	2021	2022	2023	2024	2025
Amortización Intangibles	8,177.69	20%	1,635.54	1,635.54	1,635.54	1,635.54	1,635.54
Acumulado			1,635.54	3,271.08	4,906.61	6,542.15	8,177.69

Elaboración propia.

Dado que en las tablas 106 y 107 se han obtenido los valores. A continuación, se realizará el Estado de Ganancias y pérdidas:

Tabla 108. Estado de Ganancias y Pérdidas.
(Expresado en soles)

RECURSOS	Expresado en Soles por año				
	2021	2022	2023	2024	2025
(+) VENTAS NETAS	1,205,107.20	1,205,107.20	1,265,362.56	1,265,362.56	1,328,630.69
(-) COSTO DE VENTAS	504,442.72	519,576.00	535,163.28	551,218.28	567,754.73
UTILIDAD BRUTA	700,664.48	685,531.20	730,199.28	714,144.28	760,875.96
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	234,148.13	237,442.40	240,835.49	250,137.34	253,737.07
(-) GASTOS DE VENTAS	64,669.80	66,609.89	68,608.19	70,666.44	72,786.43
(-) DEPRECIACIÓN	4,883.05	4,883.05	4,883.05	4,883.05	4,883.05
(-) AMORTIZACION	1,635.54	1,635.54	1,635.54	1,635.54	1,635.54
UTILIDAD OPERATIVA	395,327.96	374,960.32	414,237.01	386,821.92	427,833.87
(+) INGRESOS FINANCIEROS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(+) INGRESOS VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) GASTOS FINANCIEROS	47,376.66	30,347.25	11,221.52		
(-) GASTOS VARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
UTILIDAD ANTES IMPUESTO	347,951.30	344,613.08	403,015.50	386,821.92	427,833.87
(-) IMPUESTO A LA RENTA (29.5%)	102,645.63	101,660.86	118,889.57	114,112.47	126,210.99
UTILIDAD NETA	245,305.67	242,952.22	284,125.93	272,709.45	301,622.88

Elaboración propia.

De acuerdo con lo que se observa en la Tabla 108, se puede observar que la utilidad neta para el primer año proyectado es de 245,305.67 soles, ello se puede interpretar como que la empresa tendría resultados positivos en el primer año proyectado.

6.13. Evaluación de la Inversión

En las siguientes líneas se van a analizar y evaluar los elementos financieros, por lo que, se va a evaluar una decisión de inversión. En este punto se va a realizar la evaluación del Plan de negocios empleando métodos sofisticados que toman como referencia el valor del dinero en el tiempo, a través del VAN y TIR.

6.13.1. Evaluación Económica

A continuación, se va a realizar el cálculo del Valor Actual Neto (VAN):

En primer lugar, se indica que la tasa COK = 15.4%

$$\text{VAN} = S/. -851,270.16 + \frac{S/. 402,526.81}{1.15} + \frac{S/. 363,401.85}{1.33} + \frac{S/. 401,774.71}{1.54} + \frac{S/. 374,359.76}{1.77} + \frac{S/. 422,214.95}{2.05}$$

$$\text{VAN} = S/. 449,249.85$$

En segundo lugar, se va a realizar el cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR):

$$0 = \text{TIR} = S/. -851,270.16 + \frac{S/. 402,526.81}{(1+i)^1} + \frac{S/. 363,401.85}{(1+i)^2} + \frac{S/. 401,774.71}{(1+i)^3} + \frac{S/. 374,359.76}{(1+i)^4} + \frac{S/. 422,214.95}{(1+i)^5}$$

$$\text{TIR} = 36.07\%$$

	COK	VALOR	
VANE	15.40%	S/. 449,249.85	> 0
TIRE		36.07%	> COK
PRIE		2.21	
B/C Económico		S/. 2.31	> 1

Último año negativo	2
---------------------	---

- El VAN > 0, significa que, el plan de negocio debe realizarse porque indica que va a representar una actividad que será rentable, según la proyección de 5 años.
- La TIRE > 0, significa que la Tasa Interna de retorno es de 36.07%, lo que es mayor que la tasa COK = 15.4 %.
- El PRI = 2, significa que, el Período de Recuperación de la inversión será en el segundo año proyectado.
- B/C > 1, significa que la relación Costo - Beneficio es que por cada sol que se invierte en el plan de negocio, se va a obtener una utilidad de S/. 2.31.

6.13.2. Evaluación Financiera

A continuación, se va a realizar el cálculo del Valor Actual Neto Financiero (VAN):

En primer lugar, se indica que la Tasa de descuento = Tasa WACC = 13.37%

$\text{VAN} = \text{S/} \cdot -383,071.57 + \frac{\text{S/} \cdot 216,812.14}{1.13} + \frac{\text{S/} \cdot 177,687.18}{1.29} + \frac{\text{S/} \cdot 216,060.04}{1.46} + \frac{\text{S/} \cdot 374,359.76}{1.65} + \frac{\text{S/} \cdot 1,244,522.42}{1.87}$
--

VAN = S/. 985,869.86

En segundo lugar, se va a realizar el cálculo de la Tasa Interna de Retorno Financiero (TIR):

$$0 = \text{TIR} = \frac{S/. -383,071.57}{(1+i)^0} + \frac{S/. 216,812.14}{(1+i)^1} + \frac{S/. 177,687.18}{(1+i)^2} + \frac{S/. 216,060.04}{(1+i)^3} + \frac{S/. 374,359.76}{(1+i)^4} + \frac{S/. 1,244,522.42}{(1+i)^5}$$

TIR = 67.13%

	WACC	VALOR	
VANF	13.37%	S/. 985,869.86	> 0
TIRF		67.13%	> WACC
PRIF		1.94	
B/C Financiero		S/. 5.82	> 1

Último año negativo	1
---------------------	---

- El VANF > 0, significa que, el plan de negocio debe realizarse porque indica que va a representar una actividad que será rentable, según la proyección de 5 años.
- La TIRF > 0, significa que la Tasa Interna de retorno es de 67.13%, lo que es mayor que la tasa WACC = 13.37 %.
- El PRI = 1.94, significa que, el período de recuperación de la inversión será entre el primer y segundo año proyectado.
- B/C > 1, significa que la relación Costo - Beneficio es que por cada sol que se invierte en el plan de negocio, se va a obtener una utilidad de S/. 5.82.

6.13.3. Evaluación social

El presente Plan de negocios, representado por la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., refiere a la exportación de aguaymanto deshidratado con la técnica de liofilización. Debido a que es un producto con valor agregado, se va a contar con proveedores, incentivando la producción del aguaymanto y el procesamiento de liofilización. Asimismo, se contará con un almacén y personal capacitado para realizar la exportación, por lo que, se va a generar empleo.

El impacto social será positivo, porque participará activamente en el mercado. Por ende, para ejecutar el presente plan de negocios no se ha identificado ningún conflicto social que pudiere originarse.

6.13.4. Impacto ambiental

La empresa PERUVIAN BERRIES SAC., empresa exportadora de Snack de Aguaymanto Liofilizado, es consciente de la problemática actual respecto al medio ambiente, por lo que, la empresa ha adoptado la Responsabilidad Social Empresarial como un asunto muy importante, de manera que haya desarrollo sostenible.

La empresa tiene como prioridad contar con una política de reciclaje y el procedimiento establecido para el desecho responsable de los residuos que se van a originar antes, durante y después de las actividades que realiza la empresa.

Los procesos que realiza la empresa no presentan amenaza alguna de impacto negativo al Medio Ambiente o atentado contra el ecosistema. En tal sentido, es preciso indicar que, la ejecución del presente plan de negocios es viable.

6.14. Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

El costo de oportunidad es aquel valor al que se renuncia por elegir otra alternativa. Es lo que se puede perder si en caso se descarte una de las opciones disponibles. Por ello, es necesario e importante realizar una evaluación de lo que se pierde con cada elección que se realiza.

Se puede considerar que está basado en obtener rentabilidad, optimizando los recursos y generando el ingreso de más beneficios.

Para el presente plan, el costo de oportunidad refiere a la cantidad de los recursos que se pueden generar al invertir el dinero disponible en una alternativa que ofrece un retorno. A fin de realizar una buena toma de decisiones, es conveniente que se haga un análisis exhaustivo y con mucho detalle para poder optar por una alternativa e invertir.

Es importante precisar que, del capital de trabajo, los dos socios de la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., van a asumir el 45% de la Participación del Patrimonio.

En tanto, se ha considerado que:

- **EI SOCIO 1:** realizará tiene una inversión de dinero a Plazo Fijo en la Caja Arequipa, recibe una tasa de 4.8%. Para realizar la inversión en la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., el SOCIO 1, solicita una prima de 5%, resultando un COK de 9.8%.
- **EI SOCIO 2:** cuenta con una inversión en una Farmacia, recibe una tasa de 14%. Para realizar la inversión en la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., el SOCIO 2, solicita una prima de 7%, resultando un COK de 21%.

En tal sentido, en la siguiente tabla se realiza el cálculo para obtener el COK entre los dos socios, obteniendo un resultado de 15.40%:

Tabla 109. Cálculo del Costo de Oportunidad de Capital

Determinación del COK	
TREMA Inversionista 1	9.80%
Participación Inversionista 1	50.00%
TREMA Inversionista 2	21%
Participación Inversionista 2	50.00%
COK	15.40%

Elaboración propia.

A continuación, se realizará el cálculo del costo promedio ponderado de capital (CCPP - WACC), es la tasa de descuento que se emplea para descontar los flujos de caja proyectado en un horizonte, ello es muy útil para valorar y evaluar el proyecto de Inversión. Para ello se utiliza la siguiente formula:

$$WACC = Kd * (1 - t) * \left(\frac{Deuda}{Deuda + Patrimonio} \right) + Ke * \left(\frac{Patrimonio}{Deuda + Patrimonio} \right)$$

Donde:

Kd = Costo de la Deuda Financiera

Ke = Costo del Patrimonio

T = Impuesto a la Renta

D = Deuda Financiera

P = Patrimonio

Aplicando la Fórmula:

$$WACC = 12.31\% * (1 - 4.89\%) * (55\%/100\%) + 15.4\% * (45\%/100\%)$$

$$WACC = 0.133694226$$

$$WACC = 13.37\%$$

Tabla 110. Cálculo del Costo promedio ponderado de capital
(CCPP - WACC)

Determinación de la WACC	
Costo del patrimonio (COK)	15.40%
Participación del patrimonio	45.00%
Costo Financiamiento	12.31%
Participación de terceros	55.00%
Impuesto a la renta	4.89%
WACC	13.37%

Elaboración propia.

6.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio

A fin de contar con información en distintos escenarios, se va a realizar el cálculo y análisis tomando en cuenta el riesgo del tipo de cambio. De esa manera se podrá realizar una comparación en la variación que se pueda ocasionar en el presupuesto de caja.

En tal sentido, es preciso indicar que el riesgo de tipo de cambio hace referencia a los posibles cambios de cotización de una divisa frente a otra. En tal sentido, la volatilidad de la moneda y el tiempo que se indique, serán factores importantes para incrementar o disminuir el valor. Es importante indicar que, la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., recibirá el pago en dólares estadounidenses, por lo que, es dependiente de la volatilidad del tipo de cambio.

Según indica el Banco Central de Reserva, citando a Papaioannou (2006): El riesgo de tipo de cambio a corto plazo, es el que involucra a las empresas exportadoras, dado que los costos en país de origen son en moneda nacional. Sin embargo, las ventas al exterior se realizan en moneda extranjera. Además, se considera el plazo de pago del producto, el cual está expuesto al riesgo de tipo de cambio.

En la siguiente tabla se presentan tres escenarios, donde los resultados son distintos, para el cual se ha considerado la volatilidad del Tipo de Cambio, se puede visualizar el escenario optimista, el escenario

conservador y el escenario pesimista. Se va a evaluar el impacto en los indicadores VAN, TIR y al B/C.

Tabla 111. Análisis de Sensibilidad de Tipo de Cambio
(Expresado en soles)

ESCENARIO	TIPO DE CAMBIO	ECONOMICO			FINANCIERO		
		VANE	TIRE	B/C	VANF	TIRF	B/C
OPTIMISTA	3.80	S/. 686,963.29	46.07%	S/. 2.73	S/. 1,233,718.08	82.68%	S/. 6.76
	3.70	S/. 572,925.09	41.33%	S/. 2.53	S/. 1,114,796.71	75.14%	S/. 6.31
ESPERADO	3.59	S/. 449,249.85	36.07%	S/. 2.31	S/. 985,869.86	67.13%	S/. 5.82
PESIMISTA	3.50	S/. 346,454.84	31.59%	S/. 2.12	S/. 878,755.48	60.61%	S/. 5.41
	3.40	S/. 232,416.63	26.47%	S/. 1.92	S/. 759,990.26	53.54%	S/. 4.96

Elaboración propia.

Adicional a todo lo señalado anteriormente, es preciso indicar que, para mitigar el riesgo del Tipo de Cambio y la volatilidad, se ha optado por acudir al Sistema Bancario con el fin de realizar un contrato a un Tipo de Cambio Forward.

El Tipo de Cambio Forward, en el presente plan de negocios será la compra de una divisa en específico, a una fecha futura, el cual fijará el tipo de cambio futuro.

Entre las ventajas podemos encontrar que:

- Permite una cobertura de riesgo de tipo de cambio.
- La empresa podrá fijar los costos.
- La disminución del riesgo ante la fluctuación del Tipo de Cambio.
- Los presupuestos contarán con datos precisos y reales.
- No ocasiona costos adicionales.

VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

1. Considerando la Evaluación Económica y Financiera que se realizó en una proyección de 5 años, se puede indicar que el presente plan de negocio es viable, dado que cuenta con un VANF de S/. 985,869.86, el TIRF es de 67.13% y el B/C (Costo – Beneficio) Financiero es de S/. 5.82. De esa manera se evidencia que la empresa será rentable al momento de ejecutarlo.
2. El producto cuenta con una propuesta de valor innovadora, dado que es un producto natural y sin conservantes añadidos, que puede ser consumido en diversas formas, tanto como *Snack* o rehidratado para ser consumido como la fruta fresca, de esa manera se le otorga versatilidad al producto y el cliente tiene la elección de consumir el producto de acuerdo con su preferencia. Asimismo, el producto cuenta con un envase que cumple con los requisitos exigidos por el país de destino, también es práctico para ser almacenado y práctico para ser movilizado.
3. Existe una demanda creciente en Alemania para los llamados “Alimentos del Futuro”, categoría en la que se ubica el aguaymanto liofilizado. Donde, se ha identificado que, en promedio los alemanes consumen 10.22 Kg. de frutos deshidratados o secos al año; Y que, es importante precisar que consumen hasta 69.5 Kg. de fruta fresca per cápita. Todo ello respaldado por la Organización Mundial de la Salud sugiere que

todas las personas deben comer, como mínimo, 400 gramos de fruta fresca todos los días.

4. El Factor que determina el éxito del producto, del presente plan de negocios, es la relación del Costo y la Calidad que se le ha otorgado al producto. Se ha optado por ofrecer un producto natural innovador y sin aditivos añadidos, a un precio que compite en el mercado internacional. De esa manera, se pretende fidelizar al cliente y aumentar las órdenes de compra en cantidades.
5. La empresa PERUVIAN BERRIES, ha optado por constituirse como una empresa de Sociedad Anónima Cerrada, acogiénose al régimen MYPE, considerándose como una Pequeña Empresa, el cual le permite acceder a las facilidades que se le otorga.

7.2. Recomendaciones.

1. Se recomienda la implementación, en el corto plazo, del presente plan de negocio, dado que la evaluación económica valida la rentabilidad a través del VANE de S/. 449,249.85 y el TIRE 36.07%.
2. Considerando el crecimiento de ventas de la fruta liofilizada, se recomienda el desarrollo y ejecución de nuevos productos, de esa manera se puede diversificar la cartera de productos para ofrecer al cliente. Ocasionando la empresa PERUVIAN BERRIES SAC., pueda afianzar y posicionar la marca Inka Berry en el mercado Extranjero.

3. Realizar una campaña agresiva de Marketing para posicionar el producto como una alternativa saludable en la alimentación de las personas, dado que actualmente las personas no cuentan con el tiempo suficiente dentro de su rutina en la que pueden preparar comidas saludables.
4. Realizar visitas a la planta del proveedor de la fruta liofilizada, de esa manera se garantiza que durante la transformación del producto se están cumpliendo todos lineamientos y requisitos de calidad que fueron pactados para la elaboración del producto.
5. Acogerse a los Beneficios que se otorga a los exportadores, como es el caso de la Restitución de Derechos Arancelarios – *Drawback*. Donde para ello, se debe contar con una persona especializada en la organización de la documentación y presentación ante la Autoridad de la Aduana.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acuerdos Comerciales del Perú. *Acuerdo Comercial entre Perú y la Unión Europea*. Recuperado el día 30 de octubre del 2020 de, http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=50&Itemid=73
- AFI Fichas País (2019). *Alemania*. Recuperado el día 22 de octubre del 2020 de, https://www.ivace.es/Internacional_Informes_Publicaciones/Pa%C3%ADses/Alemania/Alemaniaafi2019.pdf
- *Aguaymanto Deshidratado*. Recuperado el día 20 de octubre del 2020 de, <https://www.inkaforest.com/aguyamanto-deshidratado/>
- Amazon (2020). *Frutas Liofilizadas*. Recuperado el día 15 de noviembre del año 2020 de, https://www.amazon.de/Gefriergetrocknete-Getrocknete-Trockenobst-ungezuckert-ungeschwefelt/dp/B014SP5GDI/ref=pd_sbs_325_2/257-0318384-2144704?encoding=UTF8&pd_rd_i=B014SP5GDI&pd_rd_r=eec8426e-f814-4598-b23e-a965f03b0840&pd_rd_w=qVcLs&pd_rd_wg=YGAfK&pf_rd_p=17269923-e95e-42b2-b8e1-f208b58f5815&pf_rd_r=84YNZE78K1JEP9Y7ZP4D&pvc=1&refRID=84YNZE78K1JEP9Y7ZP4D
- Amazon. (2020). *BRIX Fresas y Moras Liofilizadas*. Recuperado el día 15 de noviembre del año 2020 de, https://www.amazon.de/BRIX-GROWN-FOR-FLAVOUR-Gefriergetrocknete/dp/B06WLG326/ref=lpo_325_img_2/257-0318384-2144704?encoding=UTF8&pd_rd_i=B06WLG326&pd_rd_r=04938067-58fe-4494-9d89-cd3673d49bb2&pd_rd_w=l8oW3&pd_rd_wg=6SK7x&pf_rd_p=d5c9797d-0238-4119-b220-af4cc3420918&pf_rd_r=1GWFZ9135R9XRWP816MM&pvc=1&refRID=1GWFZ9135R9XRWP816MM
- Ancajima, L., Chinga, L., Girón, A., Morán, B. y Saucedo, E. (2019). *Diseño del proceso productivo de bayas deshidratadas a base de arándanos y aguaymanto de descarte en la región Piura*. Recuperado el día 20 de octubre del 2020 de, [file:///C:/Users/jhenn/Downloads/PYT_Informe_Final_Proyecto_Nutribayas%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/jhenn/Downloads/PYT_Informe_Final_Proyecto_Nutribayas%20(1).pdf)
- *Anuga*. Recuperado el día 22 de octubre del 2020 de, <https://www.anuga.com/fair/food-trends-and-key-topics/>
- APM TERMINALS CALLAO (2020). *Tarifario*. Recuperado el día 15 de noviembre del año 2020 de, [https://www.apmterminalsallao.com.pe/images/reglamentos/TARIFARIO%20V.%209.4%20\(VIGENTE%20A%20PARTIR%20DEL%2011-12-2020\).pdf](https://www.apmterminalsallao.com.pe/images/reglamentos/TARIFARIO%20V.%209.4%20(VIGENTE%20A%20PARTIR%20DEL%2011-12-2020).pdf)

- Arévalo, Mercedes. *Liofilización*. Recuperado el día 20 de octubre del 2020 de, https://personal.us.es/mfarevalo/recursos/tec_far/liofilizacion.pdf
- Banco Central de Reserva del Perú (2013). *Riesgo Cambiario en las Empresas*. Recuperado el 25 de Noviembre del 2020 de, <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-156/moneda-156-03.pdf>
- Banco Central de Reserva del Perú. *La Cobertura Cambiaria: Los forwards de divisas*. Recuperado el 25 de Noviembre del 2020 de, <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Informes-Especiales/Cobertura-Cambiaria-Forwards-Divisas.pdf>
- Banco de Crédito del Perú (2020). *Tipo de Cambio Forward*. Recuperado el 25 de Noviembre del 2020 de, <https://www.viabcp.com/empresas/operaciones-tipo-cambio/operaciones/tipo-de-cambio-forward>
- Banco de Crédito del Perú. *Guía revisión de documentos cartas de crédito exportación*. Recuperado el día 15 de noviembre del año 2020 de, <https://www.viabcp.com/empresas/comercio-exterior/gestionar-riesgo/carta-de-credito>
- Berlin.de. (2020) *Desarrollo Urbano y Vivienda*. Recuperado el día 20 de octubre del 2020 de, https://www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/bevoelkerungsprognose/de/p/rognose_berlin/auslaender.shtml
- BUAH GMBH. *Frucht Snack Beeren*. Recuperado el día 22 de octubre del 2020 de, <https://www.laprinta.de/snackbeutel-mit-8g-getrockneten-fruchten>
- BUAH.DE. (2020). *FREEZE-DRIED FRUITS*. Recuperado el día 15 de noviembre del año 2020 de, <https://buah.de/collections/gefriergetrocknete-fruechte>
- Businesslocationcenter. *Datos demográficos de Berlín*. Recuperado el día 20 de octubre del 2020 de, <https://www.businesslocationcenter.de/wirtschaftsstandort/berlin-im-ueberblick/demografische-daten/>
- Calle, Moises (2020). *TEORIA DE LA EMPRESA Y SOCIEDADES*. Perú: Universidad Peruana los andes.
- VUCE. *Certificado de Origen*. Recuperado el día 30 de octubre del 2020 de, https://www.vuce.gob.pe/manual_vuce/manuales/usuarios/MCT001_certificado_origen.pdf
- Choque, Luis. Y Coronel, Erika (2018). *PROPUESTA DE PRODUCCIÓN DE SNACKS SALUDABLES DE FRUTOS LIOFILIZADOS LIFE SNACK PARA ESTUDIANTES DE LA ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL DE LA UNIVERSIDAD RICARDO PALMA. UNIVERSIDAD RICARDO PALMA*. Recuperado el día 20 de octubre del 2020 de, http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/1968/IND_T030_48490800_T%20%20Choque%20G%C3%B3mez%20Luis%20Angel%20Eduardo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Cosmos Agencia Maritima (2020). *Tarifario y Requerimientos*. Recuperado el día 15 de noviembre del año 2020 de, <http://www.cosmos.com.pe/Content/Index.aspx?aID=116>
- Cruzado, M., & Cedrón, J. C. (2012). *Nutracéuticos, alimentos funcionales y su producción*. *Revista De Química*, 26(1-2), 33-36. Recuperado el 15 de diciembre del 2020, de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/quimica/article/view/7307>
- deutschland.de. *¿En qué gastan los alemanes su dinero?* Recuperado el día 22 de octubre del 2020 de, <https://www.deutschland.de/es/topic/vida/gasto-de-consumo-en-esto-gastan-su-dinero-los-alemanes>
- DIARIO DEL EXPORTADOR. *5 consejos para elegir un buen agente de carga*. Recuperado el día 30 de octubre del 2020 de, <https://www.diariodelexportador.com/2015/07/5-consejos-para-elegir-un-buen-agente.html>
- DIARIO DEL EXPORTADOR. *Cómo elegir una agencia de aduanas*. Recuperado el día 30 de octubre del 2020 de, <https://www.diariodelexportador.com/2019/12/como-elegir-una-agencia-de-aduanas.html>
- DIARIO DEL EXPORTADOR. *Incoterms 2020 FCA*. Recuperado el día 15 de noviembre del año 2020 de, <https://www.diariodelexportador.com/2020/02/incoterms-2020-fca.html>
- DIARIO DEL EXPORTADOR. *La unitarización de la carga: La Paletización y la Contenerización*. Recuperado el día 30 de octubre del 2020 de, <https://www.diariodelexportador.com/2017/11/la-unitarizacion-de-la-carga-la.html>
- Diario El Peruano (2019) *Municipalidad Distrital de Ate, ORDENANZA N° 487-MDA*. Recuperado el 25 de Noviembre del 2020 de, <http://www.muniate.gob.pe/ate/files/licenciaFuncionamiento/PROCEDIMIENTO/tupa licencia funcionamiento 2019.pdf>
- Diario el Peruano. *Aprueban el Reglamento Operativo del Fondo de Apoyo Empresarial a la MYPE (FAE-MYPE). RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 124-2020-EF/15*. Recuperado el 12 de octubre del 2020, de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-el-reglamento-operativo-del-fondo-de-apoyo-empresar-resolucion-ministerial-n-124-2020-ef15-1865136-1/>
- Diario el Peruano. *LEY N° 30056* Recuperado el 12 de octubre del 2020, de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>
- DIGESA. *Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA)*. Recuperado el 25 de Noviembre del 2020 de, <http://www.digesa.minsa.gob.pe/expedientes/tupas.aspx>
- DM. Frucht Snack, *Fruchtstücke Himbeere*. Recuperado el día 22 de octubre del 2020 de, <https://www.dm.de/n-a-frucht-snack-fruchtstuecke-himbeere-p3609200003070.html>
- ESAN. *Componentes y operadores de la distribución física internacional*. Recuperado el día 30 de octubre del 2020 de,

- <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/08/componentes-y-operadores-de-la-distribucion-fisica-internacional/>
- EUSKADI, Gobierno Vasco (2019). *ANUGA 2019 Colonia (Alemania)*. Recuperado el día 15 de noviembre del año 2020 de, https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/ferias_asistencia19/es_def/adjuntos/anuga2019_ES.pdf
 - ADEX. *Expoalimentaria* –Recuperado el día 22 de octubre del 2020 de, <http://join.expoalimentariaperu.com/seller>
 - Farmer's *Snack*. Recuperado el día 22 de octubre del 2020 de, <https://www.farmers-snack.com/>
 - Fernando A. D'Alessio Ipinza – PUCP. CAPÍTULO 6: *Ubicación y Dimensionamiento de la Planta Productiva*. Recuperado el 12 de octubre del 2020, de [http://dalessio.pearsonperu.pe/administracion de las operaciones productivas/recursos/06.pdf](http://dalessio.pearsonperu.pe/administracion_de_las_operaciones_productivas/recursos/06.pdf)
 - German Patent and Trademark Office – DPMA. *Marcas comerciales*. Recuperado el 12 de octubre del 2020 https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=es&prev=search&pto=aue&rurl=translate.google.com&sl=en&sp=nmt4&u=https://www.dpma.de/english/trade_marks/trade_mark_protection/index.html&usg=ALkJrhj_LSUQMwmwDoNqsn-yBLU_LUs1iA
https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/alemania/08_01.html
 - Illanes, A. (junio, 2015). Alimentos funcionales y biotecnología. *Revista Colombiana de Biotecnología*, XVIII(1), p. 5-8. Recuperado el 15 de diciembre del 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/776/77639196001.pdf>
 - INDECOPI. *Formatos y solicitudes*. Recuperado el 12 de octubre del 2020. <https://www.indecopi.gob.pe/en/web/signos-distintivos/formatos-y-solicitudes>
 - INDECOPI. *Requisitos para la solicitud de registro de marcas de productos y/o servicios*. Recuperado el 12 de octubre del 2020 <https://www.indecopi.gob.pe/en/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
 - INDECOPI. *Tasas*. Recuperado el 25 de Noviembre del 2020 de, <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/tasas>
 - INEI. *Clasificación Industrial Internacional Uniforme*. Recuperado el 12 de octubre del 2020, de https://proyectos.inei.gob.pe/ciiu/frm_buscar_lista.asp
 - Información de arbitraje internacional. *Clasificación de incoterms 2020*. Recuperado el día 30 de octubre del 2020 de, <https://www.international-arbitration-attorney.com/es/icc-incoterms-in-international-trade/>
 - Informe oficial sobre Consumo Alimentario en Alemania (2018). Recuperado el día 18 de octubre del 2020 de, https://www.mapa.gob.es/images/es/bne_398_01alemaniahoeestadisticaeindicadores_tcm30-438146.pdf
 - Isla, F. (2016). "CONTROL BIOLÓGICO DEL *Meloidogyne incognita* EN AGUAYMANT (*Physalis peruviana* L.) POR BACTERIAS PROMOTORAS

- DE CRECIMIENTO Y HONGOS ENDOMICORRÍCICOS*". Recuperado el día 22 de octubre del 2020 de, <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/2689/H20-18-T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- LEGISCOMEX. *Pictogramas o símbolos más utilizados*. Recuperado el día 30 de octubre del 2020 de, <https://www.legiscomex.com/Documentos/pictograma-comercio-internacional>
 - Ley General de Sociedades. *Ley N° 26887*. Recuperado el 12 de octubre del 2020 <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/pe/pe061es.pdf>
 - LONG, D. (2005). *Logística internacional: administración de la cadena de abastecimiento global*. México: Editorial Limusa.2005
 - Mapa de. *Alemania*. Recuperado el día 20 de octubre del 2020 de, <https://www.mapade.org/mapa-de-alemania.html>
 - Mastercard Biz Central America (2019). *Oportunidad de exportación de frutas deshidratadas a Alemania. Alemania*. Recuperado el día 22 de octubre del 2020 de, <https://www.mastercardbiz.com/central-america/2020/02/14/oportunidad-de-exportacion-de-frutas-deshidratadas-a-alemania/>
 - MINAGRI (2018). *Dirección General Agrícola, Dirección General de Seguimiento y Evaluación de Políticas y la Dirección General de Políticas Agrarias. PLAN NACIONAL DE CULTIVOS (2018-2019)*. Recuperado el día 22 de octubre del 2020 de, https://www.agromoquegua.gob.pe/doc/PLAN_NACIONAL_DE_CULTIVOS_2018-2019.pdf
 - MINCETUR. *Tendencias del consumidor y características del mercado*. Recuperado el día 20 de octubre del 2020 de,
 - MINCETUR. Ventanilla Única de Comercio Exterior – VUCE. *MANUAL DE USUARIO CALIFICACIÓN DE DECLARACIÓN JURADA*. Recuperado el día 30 de octubre del 2020 de, https://www.vuce.gob.pe/manual_vuce/manuales/usuarios/MCT005_calificacion_dj.pdf
 - Ministerio de Agricultura. *El aguaymanto*. Recuperado el día 18 de octubre del 2020 de, https://www.minagri.gob.pe/portal/download/pdf/sectoragrario/agricola/linea_sdecultivosemergentes/AGUAYMANTO.pdf
 - Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. *ALCANCES SOBRE EL CONTENIDO BÁSICO DE LA REGULACIÓN LEGAL DEL CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO*. Recuperado el 12 de octubre del 2020, de http://www.mintra.gob.pe/boletin/boletin_2_1.html
 - Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. *MANUAL SUSTANTIVO Contratación Laboral*. Recuperado el 12 de octubre del 2020, de https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/concurso_inspecciones/lectura_3.pdf

- Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo. *Modelo de Contrato de Trabajo de Naturaleza Temporal por Inicio o Incremento de Nueva Actividad*. Recuperado el 12 de octubre del 2020, de http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/guias/CONTRATO_DE_TRABAJO_POR_INICIO_DE_NUEVA_ACTIVIDAD.pdf
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. *RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA*. Recuperado el 12 de octubre del 2020, de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/289278/Art%C3%ADculo_R_EMYPE_-_Enero_2019.pdf
- Miranda, Adolfo (2016). *LOS CONTRATOS COMERCIALES: EFECTOS EN LA APLICACIÓN DE LAS NORMAS TRIBUTARIAS*. Recuperado el 12 de octubre del 2020, de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/12477/11164>
- MUNICIPALIDAD DE ATE. *AUTORIZACION MUNICIPAL DE FUNCIONAMIENTO LEY MARCO 28976, ORDENANZA 159-MDA Y MODIFICATORIAS*. Recuperado el 12 de octubre del 2020, de http://www.muniate.gob.pe/ate/files/licenciaFuncionamiento/PROCEDIMIENTO/requisitos_ord_159_mda.pdf
- MUNICIPALIDAD DE ATE. *FORMATO DE DECLARACION JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO*. Recuperado el 12 de octubre del 2020, de <http://www.muniate.gob.pe/ate/files/licenciaFuncionamiento/FORMULARIO/FORMATO%20LICENCIA%20DE%20FUNCIONAMIENTO%20DS%20046-2017-PCM.pdf>
- Municipalidad de Lima. *7.1.2 INSPECCIONES TÉCNICAS DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES DE DETALLE*. Recuperado el 25 de Noviembre del 2020 de, <http://www.munlima.gob.pe/presupuesto-participativo-de-lima-metropolitana-2019/item/27664-inspecciones-tecnicas-itse-detalle-c>
- My Fruits (2020). *Frutas Liofilizadas*. Recuperado el día 15 de noviembre del año 2020, <https://myfruits.eu/collections/gefriergetrocknete-fruchte?page=2>
- Nature Addicts *Frucht Snack Apfel*. Recuperado el día 22 de octubre del 2020 de, <https://www.amazon.de/Nature-Addicts-Frucht-Snack-Apfel/dp/B00EDBF68S>
- OCDE. *Alemania*. Recuperado el día 20 de octubre del 2020 de, <http://www.oecdbetterlifeindex.org/es/countries/germany-es/>
- Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO). *Búsqueda de Marca*. Recuperado el 12 de octubre del 2020. <https://euipo.europa.eu/ohimportal/es/registration-process>
- Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO). *Disponibilidad de Marca*. Recuperado el 12 de octubre del 2020. <https://euipo.europa.eu/ohimportal/es/search-availability>
- Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad. Año 6, Núm. 11, septiembre 2016-febrero 2017, ISSN: 2007-3607. Recuperado el día 30 de octubre del 2020 de, <https://www.redalyc.org/pdf/4990/499054323004.pdf>

- Pallet Europeo. Recuperado el día 30 de octubre del 2020 de, <http://www.palets.com.es/index.php/es/informacion-tecnica/el-europalet-epal>
- Parzanese, M. Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de Argentina. *Liofilización de alimentos*. Recuperado el 15 de diciembre del 2020, de <http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/Publicaciones/revistas/nota.php?id=209>
- Perú Info. *Super foods Peru*. Recuperado el 15 de diciembre del 2020, de <https://peru.info/es-pe/superfoods/super-frutas>
- Plan de Desarrollo de Mercado (PDM) *Alemania*. Recuperado el día 22 de octubre del 2020 de, https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/alemania/07_02.html
- PRO ECUADOR. (2019). *FRUTAS SECAS Y DESHIDRATADAS EN ALEMANIA*. Recuperado el día 22 de octubre del 2020 de, file:///C:/Users/jhenn/Downloads/PROEC_BIC2019_05_HAMBURGO.pdf
- PROMPERU (2017). *MEDIOS DE PAGO EN EL COMERCIO EXTERIOR*. Recuperado el día 15 de noviembre del año 2020, <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=1F41157E-2101-4443-A685-7280A2AF0688.PDF>
- PROMPERU (2020). *Regímenes de exportación, aspectos jurídicos y operativos*. Recuperado el día 15 de noviembre del año 2020 de, <https://repositorio.promperu.gob.pe/handle/123456789/3946>
- PROMPERU. *TEMA: UNITARIZACIÓN DE LA CARGA*. Recuperado el día 30 de octubre del 2020 de, <https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/4102/UNITARIZACION%20DE%20LA%20CARGA.pdf?sequence=6&isAllowed=y>
- Saman, S. (2019). *El Sistema de Agronegocios de Aguaymanto en Perú. Transacción productor - procesador, e inserción del aguaymanto en el mercado mundial*. Recuperado el día 22 de octubre del 2020 de, <http://ri.agro.uba.ar/files/download/tesis/maestria/2019samanchingaysarainelly.pdf>
- Santander. *ALEMANIA: DISTRIBUIR UN PRODUCTO*. Recuperado el día 22 de octubre del 2020 de, <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/alemania/distribuir-un-producto>
- Scotiabank (2018). *MEMORIA ANUAL 2018 – Inflación*. Recuperado el día 15 de noviembre del año 2020 de, <https://scotiabankfiles.azureedge.net/scotiabank-peru/PDFs/acerca-de/2019/informacion-inversionista/MEMORIASBP20181.pdf?t=1600041600025>
- SENASA. *Embalajes de Madera*. Recuperado el día 30 de octubre del 2020 de, <https://www.senasa.gob.pe/senasa/embalajes-de-madera/>
- SIICEX (2020). *Rutas Marítimas*. Recuperado el día 15 de noviembre del año 2020 de, <http://www.mapex.pe/rutasmaritimas/itinerario?prutamaestra=null,7>

- SIICEX. (2012). *Modelos de Contratos Internacionales*. Recuperado el día 15 de noviembre del año 2020 de, <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/469767587rad790CB.pdf>
- SIICEX. *Ficha técnica para negociar con Alemania*. Recuperado el día 20 de octubre del 2020 de, <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/4124315radF0E25.pdf>
- SIICEX. *Guía de Envases y embalajes*. Recuperado el día 30 de octubre del 2020 de, <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/188937685rad66DEB.pdf>
- SIICEX.GOB.PE. *Aguaymanto*. Recuperado el día 20 de octubre del 2020 de, <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/fichaproducto/229pdf2015Feb10.pdf>
- Snack Products. Recuperado el día 18 de octubre del 2020 de, <https://www.bdsi.de/en/product-information/snack-products/>
- Statista. *Número de Habitantes de Berlín*. Recuperado el día 20 de octubre del 2020 de, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/154880/umfrage/entwicklung-der-bevoelkerung-von-berlin-seit-1961/>
- SUNARP (2020) *Constituye tu empresa en seis pasos*. Recuperado el 12 de octubre del 2020, de <https://www.sunarp.gob.pe/PRENSA/inicio/post/2018/08/03/constituye-tu-empresa-en-seis-pasos>
- SUNAT. *¿Cómo me conviene Tributar? Régimen MYPE Tributario – RMT*. Recuperado el 12 de octubre del 2020, de <https://emprender.sunat.gob.pe/como-me-conviene-tributar>
- SUNAT. *¿Cómo me inscribo en el RUC?* Recuperado el 12 de octubre del 2020, de <https://emprender.sunat.gob.pe/como-me-inscribo-en-el-ruc>
- SUNAT. *Categorías de la Planilla Electrónica*. Recuperado el 12 de octubre del 2020, de <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/informacion-general-planilla-electronica/3217-02-categorias-de-la-planilla-electronica>
- SUNAT. *Concepto - Planilla Electrónica*. Recuperado el 12 de octubre del 2020, <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/informacion-general-planilla-electronica>
- SUNAT. *Exportación Definitiva – Procedimiento General*. Recuperado el día 15 de noviembre del año 2020 de, <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/despa-pg.02.htm>
- SUNAT. *INFORMACIÓN DE LA PLANILLA ELECTRÓNICA*. Recuperado el 12 de octubre del 2020, de https://orientacion.sunat.gob.pe/images/imagenes/contenido/plame_y_registro/anexounoplame.pdf

- SUNAT. *Ley General de Aduanas*. Recuperado el día 15 de noviembre del año 2020 de, <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/gja-03.htm>
- SUNAT. *LEY GENERAL DE ADUANAS*. Recuperado el día 30 de octubre del 2020 de, <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/gja-03.htm>
- SUNAT. *RÉGIMEN LABORAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA*. Recuperado el 12 de octubre del 2020 <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>
- SUNAT. *Sujetos comprendidos* - Planilla Electrónica. Recuperado el 12 de octubre del 2020, de <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/informacion-general-planilla-electronica/3201-02-sujetos-comprendidos-planilla-electronica>
- Super Aguaymanto. Recuperado el día 18 de octubre del 2020 de, <https://peru.info/es-pe/superfoods/detalle/super-aguaymanto>
- SUPERINTENDENCIA DE BANCA, SEGUROS Y AFP. (2020). *TASA DE INTERÉS PROMEDIO DEL SISTEMA BANCARIO*. Recuperado el 25 de Noviembre del 2020 de, <https://www.sbs.gob.pe/app/pp/EstadisticasSAEEPPortal/Paginas/TIActivaTiPoCreditoEmpresa.aspx?tip=B>
- SWISSPAC. *BOLSAS DOYPACK O STAND UP*. Recuperado el día 30 de octubre del 2020 de, <https://www.swisspac.pe/bolsas-doypack-o-stand/>
- SymphoniyIRI Group. *Las ventas de dulces y snacks aumentan en Alemania*. Recuperado el día 22 de octubre del 2020 de, <https://marketing4food.com/las-ventas-de-dulces-y-snacks-aumentan-en-alemania/>
- Tinta I. & Zurita, H. (2015). *PRODUCCIÓN DE FRUTA DESHIDRATADA PARA SU EXPORTACION A ALEMANIA*. (Proyecto de Grado). UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS, Bolivia.
- Trade Helpdesk. *SERVICIO DE AYUDA COMERCIAL*. Recuperado el día 20 de octubre del 2020 de, <https://trade.ec.europa.eu/tradehelp/>
- TRANSEOP. *Contenedor 20 pies*. Recuperado el día 30 de octubre del 2020 de, <https://www.transeop.com/blog/contenedor-20-pies-caracteristicas/414/>
- Universidad Dr. José Matías Delgado. *CAPÍTULO 3: Selección de proveedores*. Recuperado el día 30 de octubre del 2020 de, <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADPS0000636/C3.pdf>
- VZBV. *Voz del Consumidor*. Recuperado el día 20 de octubre del 2020 de, <https://en.vzbv.de/Members.htm>
- Walter Landor. *Eight principles of naming*. Recuperado el 12 de octubre del 2020, de <http://landor.com/thinking/eight-principles-of-naming> y Philip Kotler & Kevin Lane Keller. Dirección de Marketing.

ANEXOS

ANEXO 1. Modelo de solicitud de Registro de Marca de Producto o Servicio - F-

MAR-03

PERU		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 <input type="checkbox"/> N° de Solicitante (en caso de ser más de 1 solicitante llenar el anexo A por cada solicitante adicional)			
<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL		<input type="checkbox"/> PERSONA JURÍDICA	
Tipo de empresa (en caso de Persona Jurídica): <input type="checkbox"/> Miembro <input type="checkbox"/> Propietario <input type="checkbox"/> Mediano <input type="checkbox"/> Otro:			
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en el documento de identidad o de constitución):			
Nationalidad / País de Constitución:		Documento de Identidad (pegar y llenar según corresponda): Persona Natural: C.I. <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> Pasaporte <input type="checkbox"/> Persona Jurídica: RUC <input type="checkbox"/>	
Representante Legal (llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica):			
Dirección para envío de notificaciones en el Perú:			
Distrito:		Provincia:	
Referencias de domicilio:		Departamento:	
En caso de contar con el servicio de correo electrónico, indicar el número de usuario de cuenta (para suscripción de correo en www.indecopi.gob.pe) De tener más correos, todas las notificaciones serán enviadas a cada correo.		Número de teléfono fijo y/o celular	
2. INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (marcar la opción de corresponder): (De tener el documento de poder <u>pegado</u> , se considerará como denominación del solicitante la señalada en el encabezado del documento de poder en caso de ser Persona Jurídica, así como la denominación que conste en dicho poder).			
<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación.			
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentada en el expediente N°: _____ (Este expediente se debe tener una antigüedad mayor de 03 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)			
<input type="checkbox"/> Bajo declaración jurada informo que la facultad de representación se encuentra inscrita ante Sunarp, en la Partida registral N° _____ Asiento N° _____			
3. PAGO DE TASA ADMINISTRATIVA (No llenar si adjunta <u>swashac</u>)			
N° de comprobante		Fecha de pago	
4. PRIORIDAD EXTRANJERA (marcar la opción de corresponder):			
<input type="checkbox"/> Marcar este recuadro si reivindica Prioridad Extranjera (llenar ANEXO C)			
5. INTERÉS REAL PARA OPOSICIÓN ANDINA (llenar solo de ser el caso):			
<input type="checkbox"/> Si esta solicitud se presenta para oponer al interés real de la oposición formulada en oficina Dependiente(s) N° _____		<input type="checkbox"/> Si es Casado	
<p>MI) De acuerdo con el D.R. 013.2015-PROCEDE será considerado como <u>interesado</u>, aquella que tenga ventas anuales no mayor a las 100 U.T. y, para persona jurídica, aquella que tenga ventas anuales no mayor a las 100 U.T. ni mayor a las 2000 U.T.</p> <p>INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL Calle De la Prusa 224, San Basilio, Lima 01. Perú T+51 1 224 7830 Email: asesor@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe</p>			

4. DATOS RELATIVOS A LA MARCA A REGISTRAR		
4.1. Tipo de Marca:	4.2. En caso de haber marcado la opción de haber marcado la denominativa o figurativa:	4.3. Reproducción del Signo
<input type="checkbox"/> Denominativa (compuesta solo por palabras en concreto) <input type="checkbox"/> Denominativa con gráfica (compuesta por una o más palabras con un signo de separación, con o sin color) <input type="checkbox"/> Mista (combinación de palabras y elementos gráficos) <input type="checkbox"/> Tridimensional (construido por líneas o en sus formas, volúmenes de todos sus ángulos) <input type="checkbox"/> Figurativa (compuesta solo por una o más figuras, con o sin colores) <input type="checkbox"/> Otros:	<input type="checkbox"/> Denominativa <input type="checkbox"/> Figurativa <input type="checkbox"/> Mista	En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA, CON GRÁFICA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL, llenar la reproducción de la marca. Se requiere enviar <u>una foto del signo</u> (debe ser en color) al correo: asesor@indecopi.gob.pe (verificar que el correo sea el correcto) y adjuntar en la reproducción del signo, el color que se utilizará en la reproducción impresa, señalando el color en cada impresión.
4.4. Precisar si desea proteger el color o colores como parte de la Marca: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO (en caso de NO MARCAR alguna opción, y de contener el signo algún color, se protegerán éstos conforme aparezcan en la representación adjuntada)		
4.5. LISTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS (De solicitar una marca multiclase, deberá pagar una tasa de tramitación, por cada caso en el que solicite 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 Cuenta electrónica del INDECOPI)		
Clase	Productos y/o servicios	
De no ser suficiente el espacio anterior, indicar las clases, productos y/o servicios adicionales en el ANEXO D		
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
<p>IMPORTANTE: Toda información consignada en esta solicitud se considera cierta en atención al Principio de presunción de veracidad reconocido en el Título Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, a menos que conste lo contrario.</p> <p>EXAMEN DE FORMA: Dentro de los quince (15) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, la Dirección de Marca o la marca cumple con todos los requisitos señalados en los artículos 50 y 51 del Decreto Legislativo 1078. Si la solicitud contiene todos los requisitos, la Dirección emitirá la correspondiente orden de publicación.</p> <p>PLAZO DEL PROCEDIMIENTO: 180 días hábiles contados desde el día de la publicación de la solicitud de registro.</p> <p>En cumplimiento de lo dispuesto por la Ley N° 20723, Ley de protección de Datos Personales, se informamos que los datos personales que usted nos proporciona serán utilizados y/o transferidos por el INDECOPI por el mismo o a través de terceros, editores y proveedores que administran el sistema de promoción, registro y protección de derechos de propiedad intelectual (marcas, diseños, inventos e invenciones y nuevos formatos), y derechos de autor en todo el territorio peruano, así como, de ser el caso, para las actividades vinculadas con el registro de usuarios del sistema de patentes, autenticación de marcas en un banco de datos conformado de titularidad del INDECOPI. Se informa que el INDECOPI podrá compartir y/o usar y almacenar y/o transferir su información a terceros 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 los medios de contacto de las oficinas del INDECOPI.</p> <p>INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL Calle De la Prusa 224, San Basilio, Lima 01. Perú T+51 1 224 7830 Email: asesor@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe</p>		

Fuente: Indecopi. Recuperado de: <https://www.indecopi.gob.pe/en/web/signos-distintivos/formatos-y-solicitudes>

ANEXO 2. Lista de comprobación de Marca

Su estrategia	Sí	No	Deseo comprobarlo
¿Está seguro que esta es la marca que le conviene?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	▼
¿Encaja con su estrategia global de PI?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	▶
La marca de la Unión Europea	Sí	No	Deseo comprobarlo
¿Puede representarse de una manera clara y objetiva?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	▶
¿Es distintiva pero no descriptiva?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	▶
¿Ha comprobado si ya existe la marca o una marca similar?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	▶
Productos y servicios	Sí	No	Deseo comprobarlo
¿Ha confeccionado una lista de los productos que desea vender o de los servicios que desea ofrecer?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	▶
¿Ha comprobado a qué categoría de la Clasificación de Niza pertenecen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	▶
Titularidad	Sí	No	Deseo comprobarlo
Es necesario que nos facilite los datos exactos del titular de la marca. ¿Dispone de esa información?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	▶
¿Necesita un representante?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	▶

Fuente: Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea. Recuperado de: <https://euipo.europa.eu/ohimportal/es/checklist>

ANEXO 3: Búsqueda de Marca en *eSearch plus* – Unión Europea



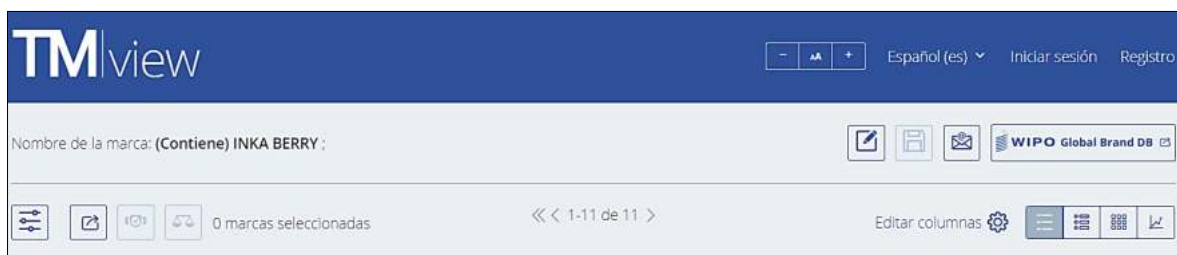
Fuente: Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea.

Recuperado

de:

<https://euipo.europa.eu/eSearch/#basic/1+1+1+1/100+100+100+100/INKA%20BERRY>

ANEXO 4: Búsqueda de Marca en *eSearch plus*



Fuente: Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea

Recuperado

de:

<https://www.tmdn.org/tmview/#/tmview/results?page=1&pageSize=30&criteria=C&basicSearch=INKA%20BERRY>

ANEXO 5: Investigación básica de Marca



The screenshot shows the website of the Deutsches Patent- und Markenamt (DPMA). The header includes the DPMA logo and navigation tabs for 'Patentes y modelos de utilidad', 'Marcas', 'Diseños', and 'Indicaciones geográficas'. Below the header, there are tabs for 'base', 'experto', 'Vigilancia', 'Hoja de marcas registradas', and 'Soporte PIZ'. The main content area is titled 'Marcas' and 'Investigación básica'. It provides instructions on how to use the search tool and links to classification information. A search form is present with a 'Formular investigación' button and a 'Conjunto de datos' section with three checked options: 'marcas nacionales', 'Marcas sindicales', and 'Marcas internacionales'. The search input field contains the text 'INKA BERRY' and a question mark icon.


Fuente: German Patent and Trade Mark Office – DPMA

Recuperado

de:

https://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=es&prev=search&pto=aue&rurl=translate.google.com&sl=en&sp=nmt4&u=https://register.dpma.de/DPMAregister/marke/basis&usg=ALkJrhi_5bmn97O05JwZID9iSpeMQMerPw

ANEXO 6: Formato de Declaración Jurada para Licencia de Funcionamiento

 <p>MUNICIPALIDAD DE ATE GERENCIA DE DESARROLLO ECONOMICO SUB GERENCIA DE PROMOCION Y FORMALIZACION EMPRESARIA Y TURISMO</p>		<p>FORMATO DE DECLARACION JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO</p> <p>Ley N° 28976 - Ley de Licencia de Funcionamiento y Modificatorias</p>		N° EXP :			
				N° ITSE (RA-RMA)			
				N° recibo de pago:			
<p>I MODALIDAD DEL TRAMITE QUE SOLICITA (marcar más de una alternativa si corresponde)</p>							
<p>Licencia de Funcionamiento (Items 6, 7, 8 solo completar secciones I, II y III)</p>				<p>Datos por Cambios o modificaciones</p>			
<p>1 Indeterminada 2 Temporal 3 Cesionario 4 Mercado, galería y centro comercial 5 Duplicado</p>		<p>6 Cambio denomin. o nombre comerc. persona jurídica 7 Cese de actividades 8 Transferencia de licencia 9 Otros</p>		<p>Nota Item: 2 indicar periodo, 3 indicar N° Lic. Principal, 5 y 7 indicar N° Lic., 6 indicar N° Lic. y nombre de la nueva denominación o nombre comercial, 8 indicar N° Lic. y adjuntar copia simple de contrato, 9 indicar N° Lic.</p>			
<p>II DATOS DEL SOLICITANTE</p>							
<p>Apellidos y Nombres / Razón social</p>							
<p>N° DNI/N° C.E. N° RUC N° Teléfono Correo electrónico</p>							
<p>Av./ Jr./Ca./Pje./Otros</p>		<p>N°/Int./Mz./Lt./Otros</p>		<p>Urb./AA.HH./Otros</p>		<p>Distrito y Provincia</p>	
<p>III DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO</p>							
<p>Apellidos y Nombres</p>				<p>N° DNI/N° C.E.</p>		<p>N° Partida Electrónica y Asiento de Inscripción SUNARP (de corresponder)</p>	
<p>IV DATOS DEL ESTABLECIMIENTO</p>							
<p>Dirección (Av./Ca./ Jr./Psje./Otros - N°/Mz./Lt./Int./Otros</p>				<p>Urb./Asoc./Coop./AA.HH./Otros</p>			
<p>Código CIU*</p>		<p>Giro/s*</p>		<p>Función*</p>		<p>Zonific.* ATN*</p>	
<p>Area total solicitada (m²)</p>							
<p>Autorización Sectorial (de corresponder)</p>							
<p>Entidad que otorga autorización</p>		<p>Denominación de la autorización sectorial</p>		<p>Fecha de autorización</p>		<p>Número de autorización</p>	
<p>Nombre comercial</p>				<p>Croquis de ubicación geográfica</p>			
<p>Zona y Sector geografico*</p>		<p>horario autorizado</p>		<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>			
<p>V DECLARACION JURADA</p>							
<p>Declaro (DE CORRESPONDER MARCAR X)</p>							
<p>Cuento con poder suficiente vigente para actuar como representante legal de la persona jurídica conductora (alternativamente, de la persona natural que represento).</p>							
<p>El establecimiento cumple con las condiciones de seguridad edificaciones y me someto a la inspección técnica que corresponda en función al riesgo, de conformidad con la legislación aplicable.</p>							
<p>El establecimiento cumple con la dotación reglamentaria de estacionamientos, de acuerdo con lo previsto en la ley.</p>							
<p>Cuento con título profesional vigente y estoy habilitado por el colegio profesional correspondiente (en el caso de servicios relacionados con la salud).</p>							
<p>Tengo conocimiento de que la presente Declaración Jurada y documentación esta sujeta a la fiscalización posterior. En caso de haber proporcionado información, documentos, formatos o declaraciones que no corresponden a la verdad, se me aplicarán las sanciones administrativas y penales correspondientes, declarándose la nulidad de la licencia o autorización otorgada. Asimismo, brindaré las facilidades necesarias para las acciones de control de la autoridad municipal competente.</p>							
<p>Observaciones o comentarios del solicitante:</p>							
<p>Fecha:</p>				<p>_____</p> <p>Firma del solicitante / Representante legal / Apoderado</p> <p>Nombres y Apellidos:</p> <p>DNI:</p>			
<p>VERIFICACION DE RIESGO (Para ser llenado por el calificador designado de la municipalidad)*</p>							
<p><input type="checkbox"/> ITSE Riesgo bajo</p>		<p><input type="checkbox"/> ITSE Riesgo medio</p>		<p><input type="checkbox"/> ITSE Riesgo alto</p>		<p><input type="checkbox"/> ITSE Riesgo muy alto</p>	
<p>Nombres y Apellidos:</p>				<p>_____</p> <p>Firma y sello del calificador municipal</p>			

Fuente: MUNICIPALIDAD DE ATE

Recuperado

de:

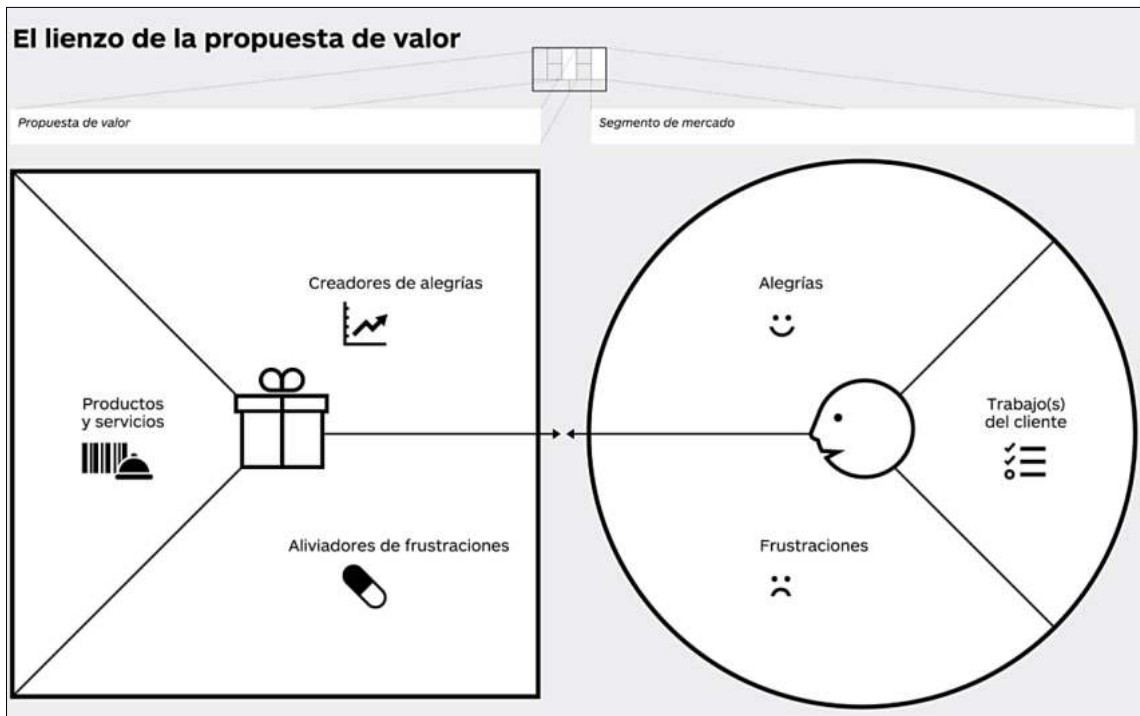
<http://www.muni.ate.gob.pe/ate/files/licenciaFuncionamiento/FORMULARIO/FORMATO%20LICENCIA%20DE%20FUNCIONAMIENTO%20DS%20046-2017-PCM.pdf>

ANEXO 7: Modelo de Contrato de Trabajo de Naturaleza Temporal por Inicio o Incremento de Nueva Actividad

Sistema Normativo de Información Laboral	Sistema Normativo de Información Laboral
<p style="text-align: center;">CONTRATO DE TRABAJO DE NATURALEZA TEMPORAL POR INICIO O INCREMENTO DE NUEVA ACTIVIDAD</p> <p>Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de "Contrato por inicio o incremento de actividad" que celebran al amparo del Art. 57º de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. Nº 003-97-TR y normas complementarias, de una parte (1)....., con R.U.C. Nº.....y domicilio fiscal en debidamente representada por el señor (2)con D.N.I. Nº....., a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte don (3).....; con D.N.I. Nº....., domiciliado en.....a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:</p> <p>PRIMERO: EL EMPLEADOR (4)requiere cubrir las necesidades (colocar la justificación del uso de esta modalidad)</p> <p>SEGUNDO: Por el presente documento EL EMPLEADOR contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR quien desempeñará el cargo de (5)....., en relación con las causas objetivas señaladas en la cláusula anterior.</p> <p>TERCERO: El plazo de duración del presente contrato es de.....(máximo tres años), y rige desde eldel 2013, fecha en que debe empezar sus labores EL TRABAJADOR hasta el ...dedel 2013, fecha en que termina el contrato.</p> <p>CUARTO: EL TRABAJADOR estará sujeto a un período de prueba de tres meses, la misma que inicia elde del 2013 y concluye el.....de.....del 2013.</p> <p>QUINTO: EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente: De lunes a.....de.....horas a.....horas.</p> <p>SEXTO: EL TRABAJADOR deberá cumplir con las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento interno de Trabajo (en caso cuente con uno debidamente registrado ante la AAT) y en las demás normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art. 9º de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. Nº 003-97-TR.</p> <p>SETIMO: EL EMPLEADOR abonará al TRABAJADOR la cantidad de S/.....como remuneración mensual, de la cual se deducirá las aportaciones y descuentos por tributos establecidos en la ley que le resulten de aplicación.</p> <p>OCTAVO: Queda entendido que EL EMPLEADOR no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme la cláusula tercera,</p>	<p>oportunidad en la cual se abonara al TRABAJADOR los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo a ley.</p> <p>NOVENO: 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.</p> <p>Como muestra de conformidad con todas las cláusulas del presente contrato firman las partes, por triplicado a los.....días del mes de.....del año 2013.</p> <p style="text-align: center;">----- EL EMPLEADOR EL TRABAJADOR</p> <p>(1) Colocar nombre de la empresa (2) Colocar el nombre del representante de la empresa (3) Colocar el nombre del trabajador (4) Colocar el Objeto Social de la empresa y la justificación del uso de esta modalidad. (5) Indicar el cargo del trabajador</p> <p style="text-align: center;">DEBEMOS TENER EN CUENTA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Duración del contrato plazo máximo según modalidad. • Modalidad, indicar causa objetivas de la contratación. • Estatus laboral, puesto u ocupación. • Período de prueba acordado, (el plazo convencional es de 03 meses). • Ampliación del período de prueba acordada en caso sea necesario o se contrate trabajadores de Dirección o Confianza. • Remuneración del trabajador • Horario de trabajo.

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo (Sistema Normativo de Información Laboral)

ANEXO 8. Lienzo de la Propuesta de Valor



Fuente: strategyzer.com

Recuperado de: <https://www.strategyzer.com/canvas/value-proposition-canvas>

ANEXO 9. Taller *Buyer* Persona

Jonas Müller



- Hr. Müller, tiene 40 años, él está casado con Anna, quien es especialista en Marketing y tienen dos hijos. Su hijo mayor llamado Ben tiene 25 años y estudia en la escuela de negocios y su hija menor llamada Regina aún se encuentra en periodo escolar. Es un empresario quien regularmente debe realizar viajes de negocios en Alemania y en el extranjero. Pero siempre balancea la vida laboral y su vida familiar. Vive y trabaja en Berlín.
- Él estudió negocios en la Universidad ESCP Business School de Berlín. Él forma parte de la Asociación de Alimentos más importante de Alemania. Mr. Müller siempre está asistiendo a ferias internacionales buscando productos innovadores y saludables. Siempre realiza la relación calidad - precio en los productos en los cuales está interesado.
- Usa mucho su Smartphone para comunicarse con sus clientes y familia, especialmente por WhatsApp y mensajería directa SMS. Le gusta actualizar sus productos y brindar toda la información en su página web.
- Tiene un estilo de vida muy dinámico y tiene jornadas muy largas de trabajo, por lo que opta por los alimentos prácticos y saludables.
- Él siempre está investigando potenciales proveedores, comprando productos y consiguiendo nuevos clientes, lo que le da poco tiempo para su familia y sus amigos, pero lo compensa los fines de mes con salidas a almorzar y viajes al extranjero.
- Se desplaza en una camioneta modelo 2018 que usa para la visita a sus clientes y de su familia.
- Sus clientes son empresas que venden productos del rubro natural y saludable, los mismos que tienen un prestigio comercial que mantener.
- Se preocupa por contar con un personal capacitado y que cuente con toda la información para orientar a sus clientes existentes y a sus potenciales clientes.
- **Sus objetivos:** expandir su negocio pero tiene temor de no cumplir con sus objetivos de venta.
- **Retos diarios:** Obtener más información de productos nuevos y visitar potenciales clientes.
- **Miedos y preocupaciones:** No lograr sus objetivos de compra y venta, no expandir su negocio.

Elaboración propia.

ANEXO 10. MODELO CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

MODELO CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte:, empresa constituida bajo las leyes de la República, debidamente representada por su, con Documento de Identidad N°, domiciliado en su Oficina principal ubicado en, a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte S.A., inscrito en la Partida N° Del Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral N°, debidamente representado por su Gerente General don, identificado con DNI N° Y señalando domicilio el ubicado en Calle, N°, Urbanización, distrito de, provincia y departamento de, República del Perú, a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

GENERALIDADES

CLAUSULA PRIMERA:

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

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

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

- a) La Convención de las Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Productos (Convención de Viena de 1980, en adelante referida como CISG, por sus siglas en Ingles) y,
- b) En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.

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

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

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

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

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

PLAZO DE ENTREGA

CLAUSULA TERCERA:

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

PRECIO

CLAUSULA CUARTA:

Las Partes acuerdan el precio de por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador en (fecha).

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 FCA ("Free Carrier") si el envío se hará por vía marítima, transportación principal sin pagar) si se hará con otra modalidad de transporte.

CONDICIONES DE PAGO

CLAUSULA QUINTA:

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

Las cantidades adeudadas serán acreditadas, salvo otra condición acordada, por medio de transferencia electrónica a la cuenta del Banco del Vendedor en su país de origen, y **EL COMPRADOR** considerara haber cumplido con sus obligaciones de pago cuando las sumas

adecuadas hayan sido recibidas por el Banco de **EL VENDEDOR** y este tenga acceso inmediato a dichos fondos.

INTERES EN CASO DE PAGO RETRASADO

CLAUSULA SEXTA:

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

RETENCION DE DOCUMENTOS

CLAUSULA SEPTIMA:

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

TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

CLAUSULA OCTAVA:

Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS acordado. Señalando con detalle algunos aspectos que se deba dejar claro, o que decida enfatizar.

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

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

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

RETRASO DE ENVIOS

CLAUSULA NOVENA:

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

INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS

CLAUSULA DECIMA:

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

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

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

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

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

COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES

CLAUSULA DECIMO PRIMERA:

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

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

CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR

CLAUSULA DECIMO SEGUNDA:

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

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

RESOLUCIÓN DE CONTROVERCIAS

CLAUSULA DECIMO TERCERA:

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

CLAUSULA DECIMO QUINTA:

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

ACUERDO INTEGRAL

CLAUSULA DECIMO SEXTA:

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

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

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

EL VENDEDOR

EL COMPRADOR