



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

**EXPORTACIÓN DE HOJAS DE PARRA EN CONSERVA
SALMUERA HACIA EL MERCADO DE NEW YORK -
ESTADOS UNIDOS**

**PRESENTADO POR
MAYRA MAYUMI MONTES CARHUALLANQUI**

**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**

**EXPORTACION DE HOJAS DE PARRA EN CONSERVA SALMUERA HACIA EL
MERCADO DE NEW YORK - ESTADOS UNIDOS**

Presentado por:

Bachiller: Mayra Mayumi Montes Carhuallanqui

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

Lima - Perú

2020

DEDICATORIA

El presente trabajo está dirigido, a mis tía y abuela que con mucho ímpetu y dedicación me apoyaron en este camino de gran. Gracias a su amor y los ánimos brindados día a día para cumplir mis objetivos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por permitirme gozar de la dicha de sentir a mis familiares conmigo y que ellos me brinden su apoyo incondicional. Agradecer a los profesores, amigos y familiares que me apoyaron en el camino a lograr esta meta.

INDICE

| | |
|---|-----------|
| INTRODUCCIÓN | 13 |
| RESUMEN EJECUTIVO | 15 |
| I. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES | 17 |
| 1.1 Nombre o razón social..... | 17 |
| 1.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)..... | 18 |
| 1.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial | 19 |
| 1.3.1 Ubicación | 19 |
| 1.3.2 Factibilidad Municipal..... | 21 |
| 1.3.3 Factibilidad sectorial | 22 |
| 1.4. Misión, Visión, Valores, Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha | 22 |
| 1.3.4 1.4.1 Misión..... | 22 |
| 1.3.5 1.4.2 Visión | 23 |
| 1.3.6 1.4.3 Valores..... | 23 |
| 1.3.7 1.4.4 Objetivos | 23 |
| 1.3.8 1.4.5. Principios | 24 |
| 1.5 Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características | 24 |
| 1.6. Estructura Orgánica | 25 |
| 1.7 Cuadro de asignación de personal..... | 27 |
| 1.8 Forma Jurídica Empresarial | 28 |
| 1.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI..... | 28 |
| 1.10 Requisitos y Trámites Municipales | 29 |
| 1.11 Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades | 32 |
| 1.12 Registro de Planillas Electrónica (PLAME)..... | 35 |
| 1.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral | 36 |
| 1.14 Modalidades de Contratos Laborales..... | 38 |

| | |
|---|----|
| 1.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas | 39 |
| II. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL | 40 |
| 2.1.- Descripción del producto..... | 40 |
| 2.1.1 Clasificación arancelaria | 44 |
| 2.1.2 Propuesta de valor | 44 |
| 2.1.3 Ficha técnica comercial..... | 48 |
| 2.2 Investigación del Mercado de Objetivo..... | 49 |
| 2.2.1 Segmentación de mercado objetivo..... | 50 |
| 2.2.2 Tendencias de consumo | 60 |
| 2.3 Análisis de la oferta y la demanda..... | 64 |
| 2.3.1 Análisis de la oferta..... | 64 |
| 2.3.2 Análisis de la demanda | 67 |
| 2.4. Estrategias de Ventas y Distribución..... | 71 |
| 2.4.1 Estrategias de segmentación..... | 71 |
| 2.4.2 Estrategias de posicionamiento | 73 |
| 2.4.3 Estrategias de distribución | 75 |
| 2.5 Estrategias de Promoción | 75 |
| 2.6 Tamaño de planta. Factores condicionantes..... | 76 |
| III. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACION..... | 80 |
| 3.1. Envases, empaques y embalajes..... | 80 |
| 3.1.1. Envase | 80 |
| 3.1.2 Empaque y Embalaje | 82 |
| 3.2. Diseño del rotulado y marcado..... | 84 |
| 3.2.1. Diseño del rotulado | 84 |
| 3.2.2. Diseño del marcado | 88 |
| 3.3. Unitarización y cubicaje de la carga | 90 |
| 3.3.1. Unitarización..... | 90 |
| 3.3.2. Paletización y cubicaje de carga | 92 |
| 3.4. Cadena de DFI de exportación..... | 95 |
| 3.4.1 Cadena de Suministro..... | 95 |

| | |
|---|-----|
| 3.4.2. Determinación del operador logístico | 100 |
| 3.5. Seguro de las mercancías | 105 |
| IV. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL | 106 |
| 4.1. Fijación de precios | 106 |
| 4.1.1. Costos y precio | 106 |
| 4.1.2 Fijación de precio por partida exportada | 107 |
| 4.1.2 Cotización internacional | 109 |
| 4.2 Contrato de compra venta internacional (exportaciones) y sus documentos | 110 |
| 4.3 Elección y aplicación del Incoterms | 112 |
| 4.4 Determinación del medio de pago y cobro | 116 |
| 4.5 Elección del régimen de exportación | 123 |
| 4.6 Gestión aduanera del comercio internacional | 125 |
| 4.7 Gestión de las operaciones de exportación: Flujo grama | 133 |
| V. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO | 135 |
| 5.1 Inversión Fija | 135 |
| 5.1 1 Activos tangibles | 135 |
| 5.1.2 Activos intangibles | 137 |
| 5.2. Capital de Trabajo | 138 |
| 5.3. Inversión Total | 139 |
| 5.4. Estructura de Inversión y Financiamiento | 139 |
| 5.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito | 142 |
| 5.6. Presupuesto de costos | 143 |
| 5.7. Punto de Equilibrio | 146 |
| 5.8. Tributación de la exportación | 148 |
| 5.9. Presupuesto de ingresos | 149 |
| 5.10 Presupuesto de egresos | 150 |
| 5.11. Flujo de caja proyectado | 151 |
| 5.12. Estado de Ganancias y Pérdida | 154 |
| 5.13. Evaluación de la Inversión | 155 |
| 5.13.1.- Evaluación Económica | 155 |

| | |
|---|------------|
| 5.13.2. Evaluación Financiera..... | 158 |
| 5.13.3 Evaluación social | 160 |
| 5.13.4 Impacto ambiental..... | 161 |
| 5.14 Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo | 161 |
| 5.15 Cuadro de riesgo del tipo de cambio | 164 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 166 |
| Conclusiones..... | 166 |
| Recomendaciones..... | 168 |
| REFERENCIAS | 170 |

INDICE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla n°1: CIIU de la empresa | 19 |
| Tabla n°2: Selección del Distrito..... | 19 |
| Tabla n°3: Ponderación para la ubicación de la empresa..... | 20 |
| Tabla n°4: Relación de puestos laborales de la empresa..... | 27 |
| Tabla n°5: Cuadro de asignación personal..... | 27 |
| Tabla n°6: Tipos de Regímenes Tributarios | 32 |
| Tabla n°7: Proyección de venta anual | 33 |
| Tabla n°8: Componentes del Registro Planilla Electrónica..... | 35 |
| Tabla n°9: Diferencias entre los regímenes laborales | 36 |
| Tabla n°10: composición nutricional de la conserva de hoja de parra en porción de 100 gr | 43 |
| Tabla n°11: Clasificación Arancelaria de la Conserva de Hoja de Parra | 44 |
| Tabla n°12: Ficha Técnica Comercial | 48 |
| Tabla n°13: Principales importadores de la partida 200599 | 50 |
| Tabla n°14: Matriz de selección de mercado..... | 51 |

| | |
|---|-----|
| Tabla n°15: Cuadro de criterios de selección de mercado | 52 |
| Tabla n°16: Empresas mayoristas y minoristas en USA..... | 53 |
| Tabla n°17: Ficha de Estados Unidos | 54 |
| Tabla n°18: Cantidad de Población por Estado de USA..... | 56 |
| Tabla n°19: Importaciones de USA según la partida 200599 – periodo Enero a Diciembre 2019 | 57 |
| Tabla n°20: Distribución de la población de Nueva York según Edad y Sexo | 58 |
| Tabla n°21: Distribución de la población según factor de empleo, logro educativo y nivel de ingreso..... | 59 |
| Tabla n°22: Importación de Estados Unidos por categoría del capítulo 20 Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas | 62 |
| Tabla n°23: Principales países exportadores de la partida 200599..... | 64 |
| Tabla n°24: Principales mercados de las exportaciones peruanas de la partida 200599 | 65 |
| Tabla n°25: Empresas peruanas exportadoras de la partida 200599..... | 66 |
| Tabla n°26: Principales países importadores de la partida 200599..... | 68 |
| Tabla n°27: Exportaciones peruanas en kilos y valor FOB de la partida arancelaria 2005999000 al mercado de Estados Unidos..... | 69 |
| Tabla n°28: Aplicación de mínimos cuadrados..... | 69 |
| Tabla n°29: Demanda proyectada para la partida 2005999000 en kilogramos | 70 |
| Tabla n°30: Tasa de crecimiento de la demanda proyectada..... | 70 |
| Tabla n°31: Proyección de exportación de la empresa Sabor y Campo S.A.C. | 71 |
| Tabla n°32: Proveedores de materia prima, envases y servicio de envasado..... | 79 |
| Tabla n°33: Rotulado de Etiquetado General | 85 |
| Tabla n°34: Etiqueta valores nutricionales..... | 87 |
| Tabla n°35: Resumen de la unitarización y paletización..... | 94 |
| Tabla n°36: Proveedores de hojas de uva..... | 97 |
| Tabla n°37: Lista de empresas maquiladoras..... | 97 |
| Tabla n°38: Criterios para selección del proveedor de servicio de maquila..... | 98 |
| Tabla n°39: Matriz de selección de proveedor de servicio de maquila | 98 |
| Tabla n°40: Ventajas del transporte marítimo y transporte aéreo..... | 101 |
| Tabla n°41: selección de operador logístico | 102 |

| | |
|---|-----|
| Tabla n°42: Matriz de selección para selección de operador logístico | 102 |
| Tabla n°43: Detalle de costos de producción y costos variables | 106 |
| Tabla n°44: Precio del producto | 107 |
| Tabla n°45: Exportaciones peruanas de la partida 200599 por precio unitario FOB ... | 107 |
| Tabla n°46: Resumen de contrato compra | 111 |
| Tabla n°47: Precio FCA hasta el almacén aduanero..... | 113 |
| Tabla n°48: Precio FOB Callao..... | 113 |
| Tabla n°49: Precio CIF New York..... | 115 |
| Tabla n°50: Principales Datos de la Declaración..... | 124 |
| Tabla n°51: Activos tangibles | 136 |
| Tabla n°52: Activos intangibles..... | 137 |
| Tabla n°53: Capital de trabajo | 138 |
| Tabla n°54: Inversión total | 139 |
| Tabla n°55: Estructura de la inversión y el financiamiento | 140 |
| Tabla n°56: Financiamiento bancario | 140 |
| Tabla n°57: Flujo de amortización de deuda | 141 |
| Tabla n°58: Costo de producción de hojas de parra en conserva | 144 |
| Tabla n°59: Costo de comercialización | 145 |
| Tabla n°60: Planilla..... | 146 |
| Tabla n°61: Costos Administrativos..... | 146 |
| Tabla n°62: Punto de equilibrio en soles | 147 |
| Tabla n°63: Punto de equilibrio en soles | 148 |
| Tabla n°64: Ingresos operativos -ingresos anuales por la venta de conservas de hojas de parra | 149 |
| Tabla n°65: Ingresos no operativos – servicio de transporte..... | 150 |
| Tabla n°66: Presupuesto de egresos | 150 |
| Tabla n°67: Flujo de caja económico..... | 152 |
| Tabla n°68: Flujo de caja financiero | 153 |
| Tabla n°69: Estado de ganancias y pérdidas | 155 |
| Tabla n°70: Evaluación económica del proyecto | 155 |
| Tabla n°71: Evaluación financiera del proyecto..... | 158 |

| | |
|--|-----|
| Tabla n°72: Análisis del costo de oportunidad del capital..... | 162 |
| Tabla n°73: Determinación del COK..... | 163 |
| Tabla n°74: Determinación del WACC | 163 |
| Tabla n°75: Cuadro de sensibilización de riesgo por tipo de cambio | 164 |

INDICE FIGURA

| | |
|--|-----|
| Figura n°1: Valores..... | 23 |
| Figura n°2: Principios | 24 |
| Figura n° 3: Organigrama de la empresa..... | 25 |
| Figura n°4: Canvas..... | 47 |
| Figura n°5: Estrategia de segmentación según Philip Kotler | 72 |
| Figura n°6: Estrategia de distribución | 75 |
| Figura n° 7: Estrategias de promoción | 76 |
| | 76 |
| Figura n°8: Elaboración de Conservas de Hoja de Parra | 77 |
| Figura n°9: Flujograma de actividades | 78 |
| Figura n°10: Momento y medio de pago..... | 116 |

INDICE IMAGEN

| | |
|---|-----|
| Imagen n°1: Búsqueda de Personas Jurídicas Inscritas | 18 |
| Imagen n° 2: Ubicación..... | 20 |
| Imagen n° 3: Distribución del predio | 21 |
| Imagen n°4: Características de las MYPES | 25 |
| Imagen n°5: Tasa de Impuesto a la Renta | 34 |
| Imagen n°6: Estacionalidad de producción..... | 41 |
| Imagen n°7: Lienzo propuesta de valor | 45 |
| Imagen n°8: Buyer Persona..... | 46 |
| Imagen n°9: Gasto de Consumo de Hogares de USA..... | 61 |
| Imagen n°10: Gasto de consumo por categoría | 62 |
| Imagen n°11: Principales empresas peruanas exportadoras de la partida..... | 67 |
| Imagen n°12: Modelo de envase de vidrio para la conserva de hoja de parra | 81 |
| Imagen n°13: Diagrama de fabricación del cartón corrugado de cara doble-doble | 82 |
| Imagen n°14: Características del embalaje | 83 |
| Imagen n°15: Pictogramas de uso internacional | 89 |
| Imagen n°16: Diseño de rotulado | 90 |
| Imagen n°17: Unitarización de la carga (base del pallet) | 91 |
| Imagen n°18: Carga Unitarizada (vista frontal)..... | 91 |
| Imagen n°19: Características del contenedor de 20” Dry Van..... | 92 |
| Imagen n°20: Paletización en contenedor de 20” | 93 |
| Imagen n°21: Cadena de Distribución Física Internacional | 95 |
| Imagen n°22: Cadena de suministro (materia prima hasta almacén) | 96 |
| Imagen n° 23: Elección del medio de transporte para exportar..... | 101 |
| Imagen n°24: FOB free on board..... | 105 |
| Imagen n°25: Precio Unitario FOB por partida 200599 | 108 |
| Imagen n°26: Cotización Internacional | 109 |
| Imagen n°27: Cuenta bancaria de Sabor del Campo S.A.C. | 117 |
| Imagen n°28: Flujograma de pago para la primera exportación –Transferencia | 117 |
| interbancaria..... | 118 |

| | |
|--|-----|
| Imagen n°29: Flujo de pago para el embarque..... | 119 |
| Imagen n°30: Flujograma de pago con carta de crédito | 119 |
| Imagen n°31: Datos que se consignan en la carta de crédito..... | 121 |
| Imagen n°32: Documentos que se envían al importador | 122 |
| Imagen n°33: Diferencias entre medios de pago..... | 122 |
| Imagen n°34: Identificación de operadores involucrados en comercio exterior | 125 |
| Imagen n° 35: Selección del operador logístico..... | 126 |
| Imagen n°36: Certificaciones otorgados por SGS | 127 |
| Imagen n° 37: Certificación BASC | 128 |
| Imagen n°38: Obligaciones del operador de comercio exterior | 128 |
| Imagen n°39: Numeración de la declaración | 130 |
| Imagen n°40: Ingreso almacén aduanero – asignación de canal – control de embarque | 131 |
| Imagen n°41: Regularización del régimen | 131 |
| Imagen n°42: Proceso de exportación definitiva..... | 132 |
| Imagen n°43: Flujograma de operaciones de exportación para Sabor del Campo..... | 133 |
| Imagen n°44: Tasas Activas Anuales de las Operaciones en Moneda Nacional Realizadas en los Últimos 30 Días Útiles Por Tipo de Crédito | 142 |
| Imagen n°45: Tipos de crédito del BCP..... | 143 |
| Imagen n°46: Tasa de rendimiento anual de bancos, financieras y cajas | 162 |

INTRODUCCIÓN

El plan de negocios que a continuación se presenta tiene como objetivo determinar la viabilidad de la exportación de las hojas de parra en conserva salmuera hacia el mercado estadounidense.

El presente plan se desarrolla en 5 capítulos:

En el primer capítulo, se describe los datos de la empresa el cual empieza de los pasos a seguir para su constitución, formalidad ante la entidad competente SUNAT, determinación del objeto del negocio, descripción de misión y la visión de la empresa.

En el segundo capítulo, se desarrolla el plan de marketing internacional que empieza por la descripción del producto y su clasificación arancelaria; estudio de mercado internacional respecto al producto utilizando Canvas y lienzo propuesta de valor, el análisis de la oferta y la demanda, para posteriormente realizar la segmentación y proyección de la demanda con la información cuantitativa y cualitativa hallada.

Como tercer capítulo se desarrolla el plan de logística internacional, en el cual se determina el envase, embalaje adecuado para la exportación del producto, para el posterior cubicaje y unitarización de la carga, todo lo desarrollado en este punto es en proyección a los requisitos solicitados en el mercado destino.

El cuarto capítulo, describe al plan de comercio internacional, en él se desarrolla el análisis y determinación término Incoterms sobre el cual primarán las negociaciones, y que a partir de este punto se define la forma de pago, modo de transacción, responsabilidades y riesgos, entre otros aspectos que serán acordados y plasmados en el contrato de compra y venta internacional.

En el quinto capítulo, se expone el plan económico financiero y es este último capítulo sobre el cual se toman las decisiones para la ejecución del plan de negocio desarrollado.

En este punto se analiza la viabilidad, rentabilidad y sostenibilidad del negocio a través del análisis de estados de ganancia y pérdida, evaluación económico, financiero, social-ambiental; todo esto proyectado a un periodo de 5 años.

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa SABOR DEL CAMPO S.A.C., es una empresa dedicada a la producción, comercialización y exportación de productos que tienen alto impacto en la salud, de manera que su consumo apoye a la construcción de una rutina saludable de consumo.

En su apertura, SABOR DEL CAMPO S.A.C., ha creado la marca SABORESS para exportar las hojas de parra en conserva salmuera en la presentación de 1.10 libras (500 gramos); la materia prima tiene propiedades y beneficios para la salud, su composición incluye minerales, vitaminas, fibras y proteínas.

La producción del producto se ha definido optar por la tercerización, dada la evaluación de inversión y costos que incurre en una planta de producción; en cuanto a la exportación se realizan 4 veces al año. La forma de comercialización del producto a exportar hacia el mercado destino Estados Unidos será mediante el contacto del bróker para lograr contacto con el comprador - distribuidor mayorista.

La materia prima utilizada para obtener la conserva es de obtención en todo el año, con el apoyo de la Asociación de Productores de Uva de Mesa del Perú – PROVID, quien cuenta con 66 asociados y representa a más de 70% del volumen de uva exportada en el Perú; actualmente en el Perú la hoja de parra no tiene un uso y su destino final es

desechado post cosecha de la uva. Caso contrario de Turquía quien es el mayor productor de las conservas de hoja de parra. Las oportunidades del producto en cuanto a calidad y precios se determinan en el análisis económico y financiero.

Para el proceso de exportación se contará con un operador logístico integral, el cual fue seleccionado bajo criterios de razonabilidad para su contratación del servicio. El operador actuara en coordinación con Sabor del Campo para lograr realizar los trámites de exportación con éxito.

El trato comercial con el comprador ubicado en New York, será a través de transferencias y cartas de crédito. En cuanto al termino de negociación se eligió el Incoterms 2020 FOB Callao, en base al análisis de costos y gastos. Cualquier otro detalle de la negociación se plasmará en el contrato de compra venta internacional firmada entre las partes.

La determinación de la inversión, costos fijos y variables, fueron importantes para llegar a obtener el precio del producto, el margen de utilidad y el precio de venta. Con la información cuantitativa obtenida se realizaron los análisis de flujo de caja económico y el flujo de caja financiero, los cuales mostraron un VANF con un resultado positivo de S/ 220,391.16 y una TIRF de 55.01% mucho mayor al WACC del 15.60%. En el análisis de flujo de caja para la proyección de 5 años, se observa que se obtienen utilidades en todos los periodos de manera gradual.

En conclusión, el análisis realizado indica según los resultados que el plan de negocios de la exportación de hojas de parra en conserva salmuera es solvente, viable y rentable.

I. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

1.1 Nombre o razón social

Para el desarrollo del plan de negocio y constitución de la empresa según la Ley General de Sociedades N° 26887, quienes constituyen la sociedad convienen en aportar bienes o servicios para el ejercicio en común de actividades económicas.

La razón social de la empresa lleva como denominación **Sabor del Campo Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C)**, dedicada a la exportación de conservas de hojas de parra al iniciar las operaciones del negocio.

Como nombre comercial llevara el mismo nombre de la denominación.

A continuación, se detallan los pasos para constituir la empresa:

- Se realizó la búsqueda de la denominación de la razón social en la página de SUNARP (el cual es un servicio totalmente gratuito); de la búsqueda realizada se obtuvo un resultado positivo, y se efectúa la reserva del nombre el cual se paga S/ 20.00 por derecho de trámite.

Imagen n°1: Búsqueda de Personas Jurídicas Inscritas

The image shows a screenshot of the SUNARP website's search interface for legal entities. The browser address bar shows 'sunarp.gob.pe/bus-personas-juridicas.asp'. The page header includes the SUNARP logo (Supendencia Nacional de los Registros Públicos) and navigation links: INICIO, INSTITUCIONAL, PRENSA, ESTADÍSTICAS, and CONTACTENOS. There are also buttons for 'Siguelo', 'Alerta Registral', and 'Nuestras Oficinas'. A 'Portal de Transparencia' logo is visible in the bottom right of the header. The main content area is titled 'BÚSQUEDA DE PERSONAS JURÍDICAS INSCRITAS'. Under the heading 'CRITERIO DE BÚSQUEDA', there are two search criteria: '1- Razón o Denominación:' with a text input field containing 'SABOR DEL CAMPO', and '2- Siglas:' with an empty text input field. Below the input fields are two buttons: 'Buscar' and 'Limpiar'.

Fuente: SUNARP

- Como paso posterior, se elabora la minuta en el notario para su posterior elaboración de la minuta a Escritura Pública, el cual es firmado por el Notario Público.
- Inscripción de la Escritura Publica en SUNARP, en donde el área registral otorga el número de partida que viene a ser como el DNI de la empresa y un número de asiento de inscripción, en donde figura el estatuto de la empresa.
- Inscripción del RUC ante la entidad SUNAT.
- Emisión de comprobantes de pago
- Legalización de libros contables.

1.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

El objeto social de la empresa es la comercialización, distribución, producción, importación, exportación de alimentos, bebidas, productos cárnicos, verduras, hortalizas y embutidos.

De acuerdo a lo señalado del objeto social de la empresa Sabor del Campo S.A.C., se procede a la búsqueda de la Codificación Industrial Internacional Uniforme CIIU 4.0, y se determina como actividad económica la siguiente:

Tabla n°1: CIIU de la empresa

| CODIGO CIIU | DESCRIPCION CIIU |
|-------------|---|
| 4630 | Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco |

Fuente: Elaboración Propia

1.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

1.3.1 Ubicación

Para el inicio de actividades de la empresa se determina la ubicación de la empresa, el cual será elegido con la ponderación de diversos factores como: cercanía al puerto, costo de servicios básicos, entre otros.

La elección de la ubicación del distrito debe tener en cuenta la que el predio será utilizado tanto para las oficinas administrativas y almacenes.

Tabla n°2: Selección del Distrito

| OPCIONES | DISTRITOS |
|----------|------------|
| A | Los Olivos |
| B | Lurín |
| C | Ate |

Fuente: Elaboración Propia

Tabla n°3: Ponderación para la ubicación de la empresa

| FACTORES | Peso Relativo | Calificación | | | | | |
|--------------------------------|---------------|--------------|-------------|---|-------------|---|-------------|
| | | A | Ponderado | B | Ponderado | C | Ponderado |
| Proximidad de proveedores | 0.10 | 1 | 0.10 | 2 | 0.20 | 3 | 0.30 |
| Proximidad al puerto | 0.20 | 2 | 0.40 | 1 | 0.20 | 2 | 0.40 |
| Proximidad a la ruta terrestre | 0.25 | 1 | 0.25 | 3 | 0.75 | 2 | 0.50 |
| Seguridad | 0.10 | 1 | 0.10 | 2 | 0.20 | 2 | 0.20 |
| Costos de servicios básicos | 0.20 | 1 | 0.20 | 3 | 0.60 | 2 | 0.40 |
| Condiciones medio ambientales | 0.15 | 2 | 0.30 | 1 | 0.15 | 3 | 0.45 |
| TOTAL | 1 | | 1.35 | | 2.10 | | 2.25 |

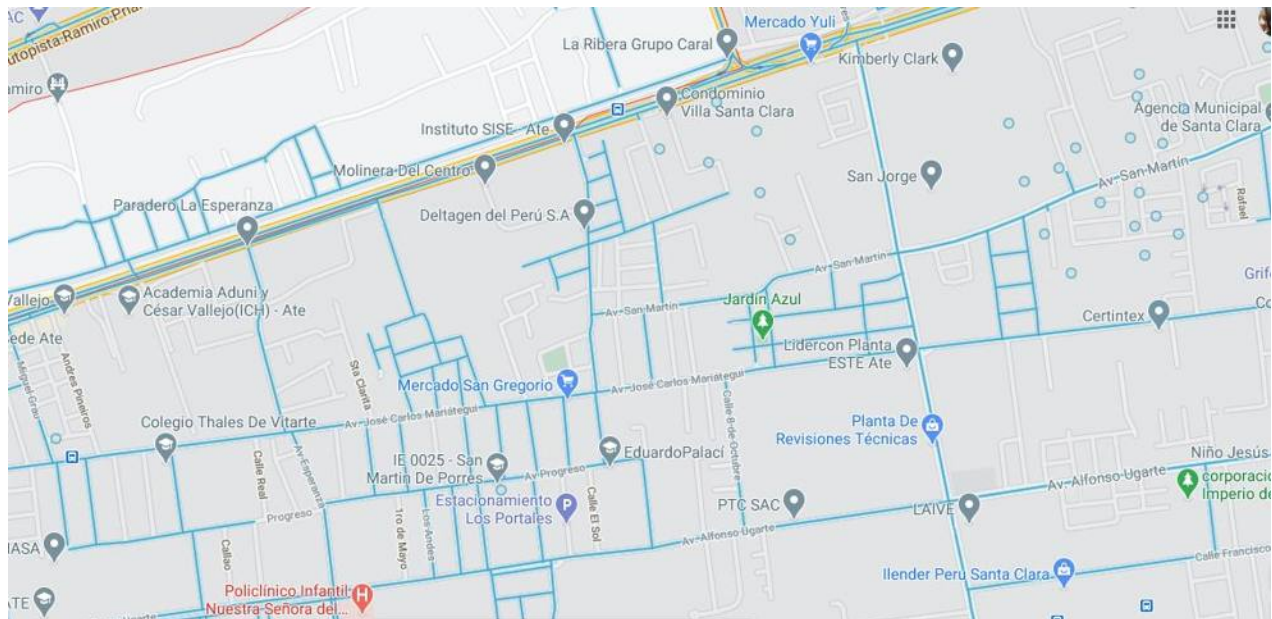
Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con la ponderación de los factores que influyen en la elección del distrito con mejor característica para asentar la ubicación de la empresa, se determina que el Distrito de Ate es el que posee mayores cualidades.

Detalle de la dirección consignada en SUNAT:

- DIRECCION: Mz C Lt 2 - Urb Robles de Ate, Distrito de Ate – Lima.
- METRADO DEL PREDIO: 120 m2

Imagen n° 2: Ubicación



Fuente: Google Maps

Imagen n° 3: Distribución del predio



Fuente: Elaboración propia.

1.3.2 Factibilidad Municipal

Para continuar con el plan de negocio de la empresa, se acude a la Municipalidad Distrital de Ate, para consultar sobre la factibilidad municipal para la instalación y desarrollo de

nuestra empresa dentro de circunscripción de Ate, específicamente en la zona 4 del distrito.

Esta consulta ante la municipalidad distrital, según la Ordenanza n° 159 - MDA y modificatorias, indica que la realización de la verificación descrita, no será necesaria la actuación de una diligencia de inspección, ni se hará la entrega de certificado alguno de compatibilidad de uso.

1.3.3 Factibilidad sectorial

La ubicación de la empresa está dentro de una zonificación en el cual muchas empresas desarrollan sus actividades económicas, tales como metalmecánica, producción de libros, empresas de transportes, entre otras empresas. Nuestra ubicación colinda en una zona límite de residencial e industrial.

En el tema de los permisos normativos para el desarrollo de la actividad comercial de la empresa en relación a los aspectos de salubridad e higiene alimentaria, se acudirá ante el órgano público respectivo DIGESA, para realizar los trámites pertinentes y de esta manera obtener la habilitación sanitaria para la empresa.

1.4. Misión, Visión, Valores, Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha

1.3.4 1.4.1 Misión

Somos una organización orientada a satisfacción de las necesidades alimenticias, mediante el cual buscamos brindar al cliente un producto natural, conservando las propiedades y fuentes de nutrientes asegurando la calidad de producción.

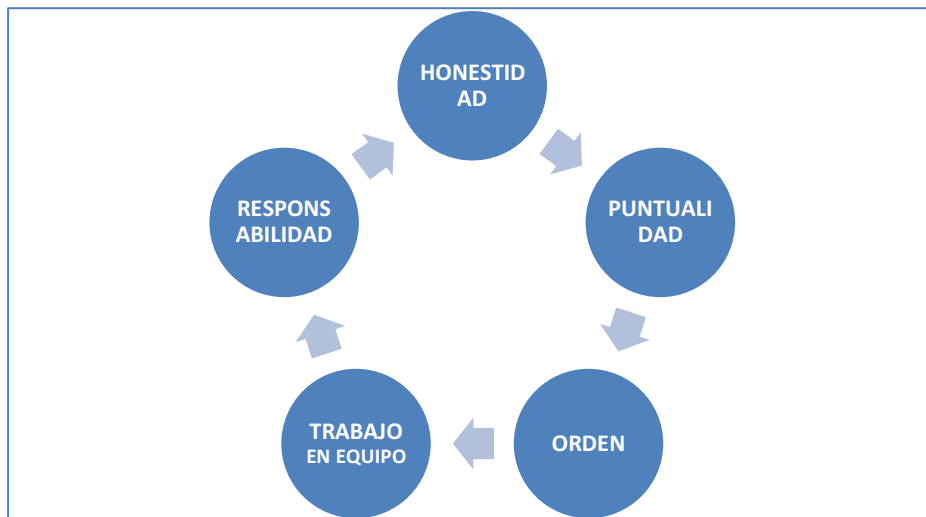
1.3.5 1.4.2 Visión

Constituirnos como la exportadora con mayor presencia en productos naturales y de calidad en el mercado de América Latina. Ser reconocidos como la empresa que cuida la armonía del medio ambiente retribuyendo el apoyo a comunidades de nuestro territorio.

1.3.6 1.4.3 Valores

Los valores con los cuales la empresa promoverá un ambiente de trabajo cálido y ético son los siguientes:

Figura n°1: Valores



Fuente: Elaboración propia

1.3.7 1.4.4 Objetivos

- Objetivo General

Brindar productos de calidad, de la mano con la tendencia al consumo natural y saludable, de esta manera posicionarnos en el paladar del mercado y seguir creciendo.

- Objetivo Específico

- Optimizar los procesos de producción
- Enlazarnos con la mayoría de canales de distribución
- Alcanzar la competitividad en términos de calidad y precio
- Generar buena estrategia de marketing

1.3.8 1.4.5. Principios

Los principios en las que se basa el desarrollo de la empresa Sabor del Campo S.A.C., son las siguientes:

Figura n°2: Principios



Fuente: Elaboración propia

1.5 Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características

A fines de promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, el Estado promulgo la Ley N° 30056, “Ley que modifica la Ley n° 28015 y diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, el cual tiene como objetivo establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME).

Ante este contexto, resulta optimo acogerse a la ley mencionada, para la formalización de negocios con el cual se acceden a beneficios y tiene la posibilidad de acceso a otros mercados, considerando también que el estado brinda mayor tolerancia y buen trato al contribuyente a fines de este continúe con el crecimiento de su actividad económica.

Imagen n°4: Características de las MYPES

| | Ley MYPE D.S. N° 007-2008-TR | | Ley N° 30056 | |
|-----------------|------------------------------|--------------|-----------------------------------|----------------|
| | Ventas Anuales | Trabajadores | Ventas Anuales | Trabajadores |
| Microempresa | Hasta 150 UIT | 1 a 10 | Hasta 150 UIT | No hay límites |
| Pequeña Empresa | Hasta 1,700 UIT | 1 a 100 | Más de 150 UIT y hasta 1,700 UIT | No hay límites |
| Mediana Empresa | | | Más de 1700 UIT y hasta 2,300 UIT | No hay límites |

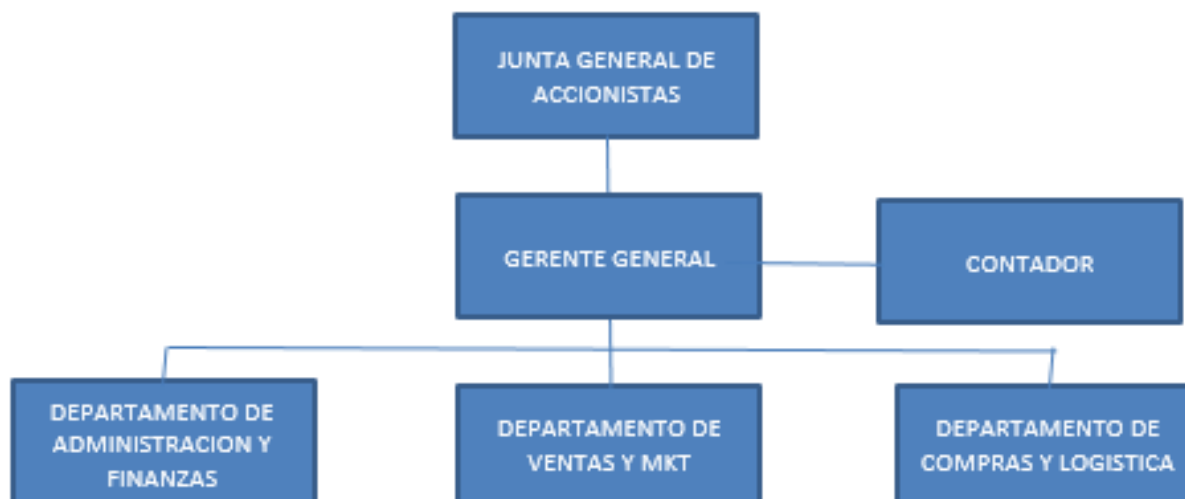
Fuente: SUNAT

1.6. Estructura Orgánica

La empresa SABOR DEL CAMPO S.A.C., tendrá la siguiente estructura orgánica vertical.

Donde la junta de accionista encabeza el mando de la organización.

Figura n° 3: Organigrama de la empresa



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la estructura organigrama representada, la asignación de cargos administrativos y laborales de la empresa son las siguientes:

- Junta General de Accionistas, el cual está constituido por dos socios, los cuales tienen la distribución de acciones en 70 % y el segundo socio posee el 30%. La función de esta junta de accionistas son para tomar decisiones que involucran el futuro de la empresa.
- Gerente General, el cual se encargará de la representación, dirección, toma de decisiones en las labores cotidianas y estratégicas orientadas al desarrollo de la empresa. Coordinará con el contador externo y las unidades que tiene al mando.
- Departamento de Administración y Finanzas, estará a cargo de un especialista de administración con conocimiento en las labores propias de administración con conocimiento de finanzas, el cual se encargará de los trámites administrativos, legales, financieros y coordinación con el contador.
- Departamento de Ventas y Marketing, estará a cargo de jefe de ventas que hará las veces de coordinador de marketing para crear estrategias orientadas a la difusión del producto.
- Departamento de Compras y Logística, en esta área se contará con dos (02) personas, la primera será un especialista en compras para el abastecimiento de materia prima, insumos, entre otros y estará a cargo de las gestiones de exportación, logística interna entre otras funciones del cargo, y la segunda persona a contratar es el auxiliar de almacén, quien se encargará del control del almacén, responsable del traslado de materias primas e insumos hacia las procesadoras.

El contador será contratado como servicio especial externo, debido a que por el inicio de actividades de la empresa el volumen de trabajo aun es mínimo, para que amerite la creación de un departamento de Contabilidad.

1.7 Cuadro de asignación de personal

Se detallan los puestos vigentes de la empresa SABOR DEL CAMPO S.A.C. con los montos respectivos de sueldo.

Tabla n°4: Relación de puestos laborales de la empresa

| PUESTOS DE LA EMPRESA | SUELDO |
|--------------------------------|-------------|
| GERENTE GENERAL | S/ 2,200.00 |
| ESPECIALISTA EN ADMINISTRACION | S/ 1,650.00 |
| JEFE DE VENTAS | S/ 1,650.00 |
| ESPECIALISTA EN COMPRAS | S/ 1,650.00 |
| COORDINADOR DE ALMACEN | S/ 1,200.00 |

Fuente: elaboración propia

El cuadro de asignación, de acuerdo a las obligaciones contractuales que la empresa debe cumplir frente a los órganos de rectoría pública y ante sus trabajadores está reflejado en la siguiente tabla.

Tabla n°5: Cuadro de asignación personal

| PUESTOS DE LA EMPRESA | REMUNERACION MENSUAL | APORTE S AFP | COMISION % SOBRE R.A. | PRIMA DE SEGURO | REMUNERACION NETA | SIS | TOTAL REMUNERACION |
|-----------------------|----------------------|--------------|-----------------------|-----------------|-------------------|-----|--------------------|
|-----------------------|----------------------|--------------|-----------------------|-----------------|-------------------|-----|--------------------|

| | | | | | | | | |
|--------------------------------|----|----------------|--------------|-------------|-------------|----------------|-------------|----------------|
| GERENTE GENERAL | | S/ 2,200.00 | S/ 220.00 | S/ 35.20 | S/ 29.70 | S/ 1,915.10 | S/ 15.00 | S/ 1,930.10 |
| ESPECIALISTA EN ADMINISTRACION | EN | S/ 1,650.00 | S/ 165.00 | S/ 26.40 | S/ 22.28 | S/ 1,436.33 | S/ 15.00 | S/ 1,451.33 |
| JEFE DE VENTAS | | S/ 1,650.00 | S/ 165.00 | S/ 26.40 | S/ 22.28 | S/ 1,436.33 | S/ 15.00 | S/ 1,451.33 |
| ESPECIALISTA EN COMPRAS | EN | S/ 1,650.00 | S/ 165.00 | S/ 26.40 | S/ 22.28 | S/ 1,436.33 | S/ 15.00 | S/ 1,451.33 |
| COORDINADOR DE ALMACEN | DE | S/ 1,200.00 | S/ 120.00 | S/ 19.20 | S/ 16.20 | S/ 1,044.60 | S/ 15.00 | S/ 1,059.60 |

Fuente: Elaboración propia

1.8 Forma Jurídica Empresarial

La empresa se constituirá bajo la forma jurídica de Sociedad Anónima Cerrada sin directorio, con la presencia de 2 socios los cuales tendrán la siguiente división porcentual de aporte:

- 70 % (Mayra Montes)
- 30 % (socio)

1.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

El registro de marca es importante para la presentación e identificación del producto ante el mercado local o internacional, siempre y cuando se busca desarrollar presencia como tal. Hay empresas que optan por enviar como marca blanca sus productos, y las razones son varias para la elección de cada situación.

En nuestro caso, tenemos como proyección brindar más de un producto en conservas naturales, por lo cual es necesario contar con una marca el cual imponga presencia y también se amolda como estrategia de posicionamiento en la mente del cliente.

Para la obtención de la marca ante INDECOPI, existen dos modalidades, trámite presencial y el trámite virtual, en este caso desarrollaremos el trámite virtual.

Según el portal institucional de INDECOPI (2020), los pasos para el registro de marca son los siguientes:

- Registro en la página de INDECOPI (el registro es gratuito), y se necesitara contar con un correo electrónico.
- En el sistema se ingresa la solicitud y se registran los datos que requieren el trámite.
- Incluir la imagen de la marca (en el formato que solicite INDECOPI).
- Realizar el pago del trámite que tiene el costo de S/ 534.99 por clase.
- Luego de enviar la solicitud, la Dirección de Signos Distintivos procederá con el trámite y notificaran por correo electrónico.

1.10 Requisitos y Trámites Municipales

La empresa debe contar con los permisos de acuerdo a las normas vigentes para el funcionamiento de establecimientos donde se ejecuten actividad comercial, industrial y/o servicios.

Licencia de Funcionamiento

Para el otorgamiento de la licencia en mención, la Municipalidad Distrital de Ate efectuara la verificación del negocio para constatar los datos declarados en los trámites iniciados.

Según la Municipalidad Distrital de Ate (2020), los requisitos para obtener la licencia de funcionamiento son:

- Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada.
- Número de RUC y DNI o Carné de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
- 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.
- 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.
- Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad.
- Derecho de Trámite el cual asciende al monto de S/ 119.00
- Adicionalmente, de ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:
- Copia simple de la autorización sectorial respectiva, cuando se trate de actividades que requieran de ésta para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento.

Certificado de Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones – ITSE

De acuerdo al D.S. N° 002-2018-PCM que aprueba el Nuevo Reglamento de Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones, el cual tiene por objetivo los aspectos técnicos y administrativos referidos a la Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones (ITSE). La empresa tramitará el certificado ITSE en la municipalidad de su distrito, previo al inicio de actividades en el establecimiento determinado el cual tiene una vigencia de dos años.

Requisitos para tramitar certificado ITSE en la MDA:

- Formato de solicitud ITSE, en el cual se detalla los datos de la empresa
- Reporte o matriz de nivel de riesgo
- Plano de ubicación
- Planos de arquitectura (distribución)
- Planos de tableros eléctricos
- Certificado vigente de resistencia de puesta a tierra
- Plan de seguridad en el cual indique las rutas de evacuación
- Protocolos de pruebas de operatividad y mantenimiento de los equipos de seguridad,
- Comprobante de pago de S/ 260.60 en la clasificación de RIESGO ALTO.

Al momento de la visita de inspección, el establecimiento debe contar con todos los elementos de seguridad requeridos de acuerdo a la actividad que se desarrollará.

1.11 Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades

Luego de haber constituido la empresa, el siguiente paso para proseguir con los tramites de formación de la persona jurídica, es la obtención del registro único de contribuyentes RUC, y este trámite se realiza ante SUNAT.

De acuerdo a los regímenes tributarios vigentes, debemos optar por el régimen que se adecua al tipo y tamaño de la empresa constituida.

En relación a los regímenes tributarios actualmente existentes en nuestro sistema tributario, la empresa debe acogerse alguno de lo detallado en SUNAT a efectos de ejercer la actividad económica declarada en la ficha ruc de la empresa, posteriormente la empresa de cumplir con las obligaciones tributarias que ello demande.

Tabla n°6: Tipos de Regímenes Tributarios

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

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| Comprobantes de pago que puede emitir | Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo | Factura, boleta y todos los demás permitidos | Factura, boleta y todos los demás permitidos | Factura, boleta y todos los demás permitidos |
| Declaración Jurada anual – Renta | No | No | Sí | Sí |
| Valor de activos fijos | S/ 70,000.00 | S/ 126,000.00 | Sin límite | Sin límite |
| | Con excepción de los predios y vehículos | Con excepción de los predios y vehículos | | |
| Trabajadores | Sin límite | 10 por turno | Sin límite | Sin límite |

Fuente: SUNAT- Elaboración Propia

Una vez seleccionado el tipo de régimen, en nuestro caso evaluando el nivel de ventas, se eligió el régimen tributario MYPE, el cual brinda condiciones más simples para poder cumplir con las obligaciones tributarias que demande el desarrollo del negocio.

Cabe indicar que para el presente año fiscal el valor de la UIT asciende al monto de S/ 4,300.00 soles.

Tabla n°7: Proyección de venta anual

| VENTA ANUAL | ENVIOS |
|--------------------|-------------------------|
| S/ 600,000.00 | 4 exportaciones anuales |

Fuente: elaboración propia

Asimismo, las tasas tributarias que se ve obligada a cumplir la empresa son las siguientes:

- Impuesto general a las ventas IGV el cual tiene una tasa del 18%
- Impuesto a la renta mensual y anual, según detalle de cuadro

Imagen n°5: Tasa de Impuesto a la Renta

| Pagos a Cuenta Mensuales | |
|-------------------------------|-------------------|
| Ingresos Netos | Tasa |
| Hasta 300 UIT | 1% |
| Más de 300 UIT hasta 1700 UIT | Coficiente o 1.5% |

| Impuesto a la Renta Anual* | |
|----------------------------|-------|
| Renta Neta | Tasa |
| Hasta 15 UIT | 10% |
| Más de 15 UIT | 29.5% |

**Tasas progresivas acumulativas*

Fuente: SUNAT

En cuanto a la modalidad de pago SUNAT brinda 4 modalidades de pago electrónico, que son los siguientes:

- Vía cargo a cuenta predeterminada
- Vía cargo a la cuenta de detracciones del Banco de la Nación
- Vía tarjeta de crédito p debito VISA
- Vía número de pago SINAT-NPS

La modalidad de pago elegida es por **Vía Número de Pago SUNAT – NPS**, debido a que el control del pago de las obligaciones tributarias es a solicitud nuestra, a diferencia de las demás opciones que requiere la afiliación de las cuentas bancarias y el descuento es automático.

1.12 Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

Al contar con el registro único de contribuyentes (RUC), se procede hacer uso de los servicios en plataforma que brinda SUNAT.

Para continuar debemos conceptualizar en que consiste la Planilla Electrónica:

Es un documento en el que se encuentra la información de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes; información que es gestionada a través de medios electrónicos a la SUNAT. La planilla electrónica tiene dos componentes: T-Registro y Plame.

Tabla n°8: Componentes del Registro Planilla Electrónica

| PLANILLA ELECTRÓNICA | DESCRIPCIÓN | DESCRIPCIÓN | MEDIO DE ACCESO |
|----------------------|---------------------------------|--|---|
| T – REGISTRO | Registro de Información Laboral | Es el Registro de Información Laboral de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes. | A través de la Clave SOL, OPCIÓN MI RUC Y OTROS REGISTROS |
| PLAME | Planilla Mensual de Pagos | Comprende información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y derechohabientes | Se descarga el programa en www.sunat.gob.pe , se elabora, genera archivo y envía en SUNAT Operaciones en Línea. |

Fuente: Elaboración propia en base a información de SUNAT

El registro de la planilla electrónica, se realiza de manera mensual a efectos de declarar información actualizada ante SUNAT.

1.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral

De conformidad con la normatividad laboral vigente, la empresa debe elegir el régimen laboral en función al nivel de venta anual y los beneficios que detraen para sus trabajadores.

Tabla n°9: Diferencias entre los regímenes laborales

| BENEFICIOS DE LOS TRABAJADORES | REGIMEN LABORAL GENERAL | MICRO EMPRESA | PEQUEÑA EMPRESA |
|--|---|---------------|-----------------|
| REMUNERACION MINIMA VITAL | Todos los trabajadores del régimen laboral de la actividad privada tienen derecho a percibir una remuneración mínima vital | | |
| JORNADA DE TRABAJO | La jornada máxima de trabajo es de 8 horas diarias o de 48 horas a la semana como máximo. | | |
| DESCANSO SEMANAL OBLIGATORIO | Los trabajadores tienen derecho como mínimo a 24 horas consecutivas de descanso cada semana, otorgado preferentemente en día domingo. También tienen derecho a descanso remunerado en los días feriados. | | |
| LICENCIA PRE NATAL Y POST NATAL | Toda trabajadora gestante tiene derecho a gozar de 45 días de descanso pre-natal y 45 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 4 días por del nacimiento de su hijo. | | |
| VACACIONES TRUNCAS | Se dan cuando el trabajador ha cesado sin haber cumplido el año de servicio y el respectivo récord vacacional. En ese caso se le remunerará como vacaciones trucas tanto dozavo de la remuneración vacacional como meses efectivos haya laborado. | | |

| | | | |
|--|--|--|---|
| VACACIONES | El trabajador tiene derecho a 30 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio. | El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio. | El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio. |
| JORNADA NOCTURNA | Su remuneración no puede ser inferior a la Remuneración Mínima Vital más una sobretasa equivalente al 35% de esta. | Si la jornada habitualmente es nocturna, no se aplicará la sobre tasa del 35% | Su remuneración no puede ser inferior a la Remuneración Mínima Vital más una sobretasa equivalente al 35% de esta. |
| COMPENSACION POR TIEMPO DE SERVICIO (CTS) | Una remuneración mensual, depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre). | NO | 15 remuneraciones diarias depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre). |
| GRATIFICACIONES | Se otorga dos veces al año, una por Fiestas Patrias y otra por Navidad, en razón a una remuneración completa por cada oportunidad. | NO | Se otorgará dos veces al año, una por Fiestas Patrias y otra por Navidad, en razón a media remuneración por cada oportunidad, siempre y cuando laboren el semestre completo, caso contrario percibirán la parte proporcional. |
| SEGURO DE SALUD | ESSALUD | SIS | ESSALUD |

| | | | |
|--------------------------------|----|----|----|
| ASIGNACION FAMILIAR | SI | NO | NO |
|--------------------------------|----|----|----|

Fuente: Revista del Ministerio de Trabajo- elaboración propia

A efectos de acogernos al **Régimen Laboral Especial** de la Micro y Pequeña Empresa, así como a los demás beneficios establecidos en el del Decreto Supremos N° 013-2013-PRODUCE, es necesaria la inscripción en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE), y se lleva a cabo a través de la página web del Ministerio de Trabajo.

1.14 Modalidades de Contratos Laborales

El contrato laboral se desarrolla en el acuerdo entre dos partes que vienen a ser empleador y trabajador, para el desarrollo de una contraprestación de servicio a cambio de una remuneración determinada.

Dentro de las modalidades que actualmente rigen el mercado laboral se clasifican en:

- Contrato de trabajo a plazo indeterminado o indefinido. - el cual tiene una fecha de inicio, pero no una fecha de culminación específica.
- Contrato de trabajo sujeto a modalidad. - dentro del marco legal son aquellos que tienen fecha de inicio y fecha de término, son entendidos como contratos temporales, a plazo fijo o determinado. Entre ellas tenemos a la más utilizada que es por necesidad de mercado.
- Contrato de trabajo en régimen de tiempo parcial.- es para los casos en que se realizan jornadas semanales, u o fracción de días.

En relación a los contratos mencionados, la empresa SABOR DEL CAMPO S.A.C., utilizara la modalidad de CONTRATO TEMPORAL por inicio de actividades de la empresa, los trabajadores a contratar estarán sujetos a un periodo de 3 meses de prueba.

1.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas

Los contratos comerciales reflejan el vínculo entre ambas partes, mediante el cual se comprometen a realizar o no realizar ciertas cosas. Este contrato se puede celebrar de forma escrita o verbal.

Los contratos que utilizara la empresa a efectos de desarrollar la actividad económica, son las siguientes:

- Contrato de Compra y venta internacional
- Contrato de Servicios
- Contrato de Seguro
- Contrato de comisión mercantil

La responsabilidad civil de los accionistas será Limitada, ya que de esta manera los socios responderán hasta por el monto de los aportes que hayan constituido la sociedad, sin afectar el patrimonio de toda la organización.

II. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

2.1.- Descripción del producto

La hoja parra o conocido también como la hoja de uva, que forma parte de la planta de vid (nombre científico *Vitis vinífera*), es una planta que su origen data del cultivo a orillas del Mar Caspio dispersándose hacia el resto de Europa a través del comercio mediterráneo, y que posteriormente realizó su llegada hacia los continentes de América y Oceanía.

Dentro de la cocina mediterránea, las hojas de parra son la materia prima más popular debido a que su contenido nutricional es muy variado, presenta vitaminas y minerales lo que favorece al corazón y también presenta propiedades antiinflamatorias. Los usos de las hojas están presentes tanto en la cocina como en la rama medicinal.

En el Perú, la estacionalidad de la producción de la uva registra mayores volúmenes entre los meses de Enero a Abril y Octubre a Diciembre que es época de campaña, y entre el periodo de Mayo a Setiembre la producción de uva suele tener una tendencia a la baja.

Sin embargo, somos uno de los pocos países que durante todo el año tenemos producción de Uva, lo que refleja que el abastecimiento de la hoja de parra es óptimo.

Las características botánicas de la hoja de uva a utilizar para la preparación de las conservas en salmuera, tiene que cumplir con un tamaño de 12 a 15 cm similar a la palma de una mano, la forma de la hoja adecuada es lobulada y ligeramente dentada.

Imagen n°6: Estacionalidad de producción



Fuente: MINAGRI

El producto a exportar bajo la marca “SABORES”, es la conserva de hojas de parra en salmuera, el cual es un producto libre de aditivos y conservantes y su forma de producción es al vacío, su consumo aporta beneficios para la salud. La presentación para su comercialización será en envases de 400 gramos.

En la actualidad, la tendencia por llevar hábitos alimenticios saludables ha desencadenado que las empresas desarrollen líneas de productos que aporten beneficios nutricionales y saludables, y a la vez estos productos mantengan sus condiciones naturales y organolépticas. Mientras menos procesos de transformación se realicen a la materia, mayor es la concentración de sus propiedades nutricionales.

Propiedades nutritivas de la Hoja de Parra:

- Vitamina A
- Vitamina B6
- Vitamina C

- Vitamina E
- Vitamina K
- Hierro
- Fibra
- Ácido fólico
- Cobre
- Calcio
- Magnesio
- Manganeso
- Niacina y riboflavina

Las propiedades nutricionales de las hojas parra son altamente saludable que al incluirla en la dieta alimenticia aporta beneficios para el organismo, este alimento no contiene grasa ni colesterol y es baja en sodio y azúcar. (Pirámide Informativa, 2020)

Beneficios para la salud:

- Ayuda a tratar los síntomas de las hemorroides
- Favorece a la salud del corazón
- Tiene propiedades antiinflamatorias
- Ayuda a tratar la diarrea
- Regula el sangrado menstrual cuando es muy abundante
- Ayuda a regular el flujo vaginal
- Es eficaz para controlar las úlceras bucales
- Mejora la circulación del cuerpo

De la lista de beneficios que brinda la hoja de parra, un equipo de investigadores argelinos e italianos han descubierto las propiedades anticancerígenas in vitro de las hojas de uva. Los extractos de hoja de parra son capaces de provocar la muerte de células cancerígenas de hígado y mama. La acción anticancerígena se ha registrado bajo el microscopio y los investigadores esperan que el hallazgo sirva para desarrollar compuestos eficaces para el tratamiento del cáncer. (Cuerpo Mente, 2019)

Tabla n°10: composición nutricional de la conserva de hoja de parra en porción de 100 gr

| Nombre | Cantidad | Unidad |
|-----------------------------------|----------|--------|
| Energía | 62 | Kcal |
| Proteína | 0 | Gramo |
| Lípido total (grasa) | 0 | Gramo |
| Carbohidrato, por diferencia | 12,5 | Gramo |
| Fibra, dietética total | 0 | Gramo |
| Azúcares, total incluyendo NLEA | 0 | Gramo |
| Calcio, Ca | 250 | Mg |
| Hierro, Fe | 2,25 | Mg |
| Sodio, Na | 1875 | Mg |
| Vitamina C, ácido ascórbico total | 15 | Mg |
| Vitamina A, UI | 5000 | IU |
| Ácidos grasos, saturados totales | 0 | gramo |
| Ácidos grasos, trans totales | 0 | gramo |

| | | |
|------------|---|----|
| Colesterol | 0 | Mg |
|------------|---|----|

Fuente: Departamento de agricultura de EE.UU., 2018
Elaboración Propia

2.1.1 Clasificación arancelaria

La clasificación arancelaria para el presente producto tiene como partida **2005.99.90.00**, dado que la conserva de hoja de parra no tiene una partida exacta es considerada dentro del Capítulo 20 – preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas –demás hortalizas preparadas o conservadas sin congelar.

Tabla n°11: Clasificación Arancelaria de la Conserva de Hoja de Parra

| | |
|----------------------|--|
| SECCIÓN:IV | PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDANEOS DEL TABACO, ELABORADOS |
| CAPITULO:20 | Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas |
| CODIGO | Descripción |
| 20.05 | Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar, excepto los productos de la partida no 20.06. |
| 2005.99.90.00 | Las demás hortalizas preparadas o conservadas sin congelar |

Fuente: SUNAT – Elaboración propia

2.1.2 Propuesta de valor

El producto a exportar aporta múltiples beneficios para la salud, no contiene grasa ni colesterol y gracias a su baja concentración de en sodio y azúcar, es óptimo para el consumo de personas que siguen un régimen alimenticio saludable, vegano, vegetariano

y la amplitud de beneficio se extiende a las personas que sufren de celiaquía, a disminuir los trastornos gracias al consumo de la hoja de parra.

La conserva de hoja de parra en sal y agua es un producto alimenticio natural que, a diferencia de otras conservas, aporta mayores beneficios a la salud, y la preparación de ello no implica el uso de aditivos que alteren los nutrientes de la hoja de parra.

El tipo de envasado que tiene el producto es al vacío, previa desinfección en agua caliente de las hojas para asegurar que se eliminen bacteria alguna en las hojas.

A fin de contribuir con los buenos hábitos alimenticios y la salud, se lanza al mercado un producto natural y de calidad, que orienten a las personas a elegir el consumo de alimentos que aporten beneficios nutricionales que van de la mano con el uso en la preparación diaria en los platillos.

Imagen n°7: Lienzo propuesta de valor



Fuente: Elaboración propia.

Imagen n°8: Buyer Persona

Dayanne Kentt – Jefe de Departamento de Compras en Wakefern Food Corp.

Dayanne tiene 34 años y es madre de familia, tiene un hijo de 5 años. Es licenciada en Administración de Empresas con especialidad en Supply Chain Management. Vive en Nueva York desde hace 7 años, y uno de sus hobbies son los musicales teatrales e ir de compras, a ella le gusta estar informada y se actualiza constantemente en las últimas tendencias de negocios. Utiliza las redes sociales y otras herramientas tecnológicas.

Tiene a su cargo el área de compras de Wakefern food corp. desde hace 3 años, con un ingreso de \$ 4,500 dólares mensuales.

Siempre esta en busca de productos nuevos y de calidad, en la actualidad su principal objetivo es encontrar productos saludables y a precios competitivos ya que sus clientes (supermarkets) puedan competir con las grandes cadenas.

El reto que tiene como jefa de compras consiste en mantener un nivel de abastecimiento óptimo, para ello motiva a su equipo a mantener la comunicación con los proveedores nacionales e internacionales.

Fuente: Elaboración propia

Figura n°4: Canvas

| Asociaciones Claves | Actividades Clave | Propuesta de Valor | Relaciones con Clientes | Segmento de Mercado |
|--|---|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de materia prima • Proveedores de servicios e insumos. • Socios inversionistas • Bancos • Agente de aduanas y carga • Promperu, Adex, CCL. | <ul style="list-style-type: none"> • Comercialización del producto. • Marketing del producto. • Tercerización de la producción (calidad y certificaciones). • Obtención de materia prima. • Distribución física internacional. | <ul style="list-style-type: none"> • Dimensión Funcional: su consumo aporta beneficios a la salud, usos como capa de rellenos de carne, pollo, pescado, y otras mezclas; uso en ensaladas y guisos. • Dimensión Social: producto ideal para las personas que buscan una alimentación saludable, ideal para dietas, apto para celíacos. • Dimensión Emocional: es un producto orgánico, con propiedad antiinflamatoria, ayuda a tratar la celiaquía, bueno para el corazón, es ideal para utilizarlo en las preparaciones de las comidas de la semana. | <ul style="list-style-type: none"> • Con el distribuidor: • Ofertas y envíos de muestras. • Coordinación constante y soporte comercial. • Ferias comerciales. • Con el cliente final: • Tutoriales de recetas en nuestras redes. • Atención a consultas. | <ul style="list-style-type: none"> • Ubicación geográfica: Estado de Nueva York – Estados Unidos. • Edad: 20 a 60 años • Género: Masculino-Femenino • Ocupación: Madres de familia, jóvenes profesionales, ejecutivos de todos los rangos, trabajadores y obreros. • Estilo de Vida: tendencia al consumo de saludable, de productos sin preservantes, apto para vegetarianos y veganos. |
| | Recursos Clave | | <p>Activos tangibles: Escritorios, sillas, estantes, computadoras, camión furgón.</p> <p>Activos intangibles: la empresa, marca, licencias y permisos.</p> | |
| Estructura de Costes | | Fuente de Ingresos | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Activos tangibles: Escritorios, sillas, estantes, computadoras, camión furgón. - Activos intangibles: la empresa, marca, licencias y permisos. - Gastos de la planilla de personal. - Gastos de materia prima, insumos y servicios. - Gastos logísticos. | | <ul style="list-style-type: none"> - Ingresos de las ventas de exportación. - Medio de pago: Carta de crédito irrevocable, confirmada y a la vista. | | |

Fuente: Elaboración propia

2.1.3 Ficha técnica comercial

Para la elaboración de la ficha técnica, se ha considerado la Norma Técnica Peruana (NTP) para su aplicación en el producto a exportar.

Tabla n°12: Ficha Técnica Comercial

| FICHA TECNICA DEL PRODUCTO | |
|--------------------------------------|---|
| Nombre del Producto: | Conserva de hoja de parra en agua y sal |
| Nombre en Inglés: | Grape Leaves |
| Partida Arancelaria: | 2005.99.90.00 |
| Descripción Arancelaria: | Las demás hortalizas preparadas o conservadas sin congelar |
| CARACTERISTICAS | |
| Ingredientes: | Hojas de parra (grape leaves), agua (water) y sal (salt) |
| Detalle de envase: | Frasco de vidrio de 500 gr |
| Capacidad de Envase: | 500 gramos |
| PROPIEDADES Y ATRIBUTOS DEL PRODUCTO | <p>Su consumo aporta valores energéticos, calcio, hierro, sodio, vitamina C,A. Posee carbohidratos, es bajo en azúcar, no presenta grasa ni colesterol. Se le atribuyen propiedades antiinflamatorias, ayuda a tratar males celíacos y favorece a la salud del corazón.</p> |
| ALMACENAMIENTO | Mantener en un lugar fresco y seco. (No necesita refrigeración) |
| VIDA UTIL | 2 años de vida desde su fabricación |

| | |
|--|---|
| ESTACIONALIDAD DEL PRODUCTO | En el Perú, la producción de uva se da los 12 meses del año por el cual el abastecimiento de las hojas de parra está asegurado. |
| ZONAS DE PRODUCCION | Los principales zonas de producción son Piura, Ica, Lima seguido por la Libertad y Arequipa. |
| PRESENTACION DEL PRODUCTO | |
|  | |

Fuente: Elaboración Propia

2.2 Investigación del Mercado de Objetivo

El propósito de la investigación es analizar e identificar oportunidades comerciales para el producto en el mercado destino. Para realizar el referido análisis se tomó en cuenta lo siguientes criterios:

- Marco geográfico, económico y político: análisis de la situación en cada aspecto.
- Mercado del producto: análisis de la tendencia de consumo, canales de distribución, precios.
- Afinidad cultural y comercial: enfoque de costumbre, forma de vida, religión e idioma.

2.2.1 Segmentación de mercado objetivo

Para realizar la segmentación y analizar el mercado objetivo debemos revisar los principales países que importan la partida 2005.99, para ello la plataforma de información estadística TRADEMAP es un referente para determinar qué países encabezan la lista de importación del producto.

Tabla n°13: Principales importadores de la partida 200599

| Importadores | Valor importado en 2015 | Valor importado en 2016 | Valor importado en 2017 | Valor importado en 2018 | Valor importado en 2019 |
|---------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Mundo | 2.673.912 | 2.804.606 | 3.074.795 | 3.187.024 | 3.158.655 |
| Estados Unidos de América | 486.998 | 540.498 | 661.809 | 606.217 | 533.91 |
| Japón | 330.141 | 344.683 | 350.775 | 373.439 | 368.488 |
| Alemania | 251.412 | 262.081 | 272.267 | 293.485 | 288.163 |
| Francia | 175.967 | 178.69 | 191.024 | 212.831 | 201.32 |
| Bélgica | 88.804 | 111.808 | 116.281 | 122.243 | 123.252 |
| Reino Unido | 116.397 | 108.885 | 103.078 | 116.036 | 121.78 |
| Canadá | 115.163 | 102.992 | 110.497 | 109.879 | 115.206 |
| España | 89.904 | 101.34 | 124.646 | 120.95 | 109.029 |
| Australia | 64.345 | 66.44 | 70.812 | 69.443 | 73.392 |
| Hong Kong, China | 26.967 | 37.656 | 30.816 | 43.775 | 63.556 |
| Italia | 36.564 | 40.216 | 45.003 | 46.264 | 47.51 |
| México | 7.853 | 7.215 | 8.112 | 8.256 | 11.195 |
| Brasil | 5.395 | 5.388 | 7.186 | 6.9 | 6.592 |
| Chile | 4.307 | 5.188 | 5.037 | 6.478 | 5.755 |
| Ucrania | 449 | 549 | 731 | 1.202 | 5.712 |

Fuente: elaboración propia con datos de TRADEMAP

Unidad : Dólar Americano miles

La información obtenida de la búsqueda de los principales importadores de la **partida 200599** se obtuvo que Estados Unidos es el mayor importador en cuanto al análisis de la partida mencionada, seguido por Japón, Alemania, Francia y Bélgica que tienen

incidencia mayoritaria en valor importado y los vuelven países atractivos a considerarlos como potenciales mercados objetivos. Pero del análisis de factores para elegir el mercado se toma en cuenta las facilidades de exportación que brindan los países, acuerdos comerciales, idioma, distancia, entre otros; se elige a los países de Estados Unidos, España y México, para el análisis y desarrollo de la matriz de selección de mercado.

Tabla n°14: Matriz de selección de mercado

| VARIABLES | EE.UU. | MEXICO | ESPAÑA |
|-------------------------------------|-----------------|---------------|---------------|
| POBLACION | 332,639,102 | 128,649,565 | 50,015,792 |
| PBI TASA DE CRECIMIENTO REAL | 2.20% | 2.00% | 3.00% |
| PBI | 19,490M | 2,463M | 1,778M |
| PBI PER CAPITA | \$ 59,800 | \$ 19,900 | \$ 38,400 |
| TASA DE DESEMPLEO | 4.40% | 3.40% | 17.20% |
| RIESGO PAIS | A3 | C | A3 |
| SALDO COMERCIAL | -480.228.000,00 | -4.350.637,07 | 27.339.783,75 |
| IDIOMA | INGLES | ESPAÑOL | ESPAÑOL |

Fuente: Elaboración propia en base a la información de The World Factbook, Coface, Trade Map y Banco Mundial.

En función a la información económica y demográfica de la tabla precedente, se realiza la selección de mercado bajo criterios de puntuación de 1 a 3, donde 1 es la calificación más baja y 3 es la más alta.

Tabla n°15: Cuadro de criterios de selección de mercado

| VARIABLES | PONDERACIÓN | EE.UU. | PUNTAJE | MEXICO | PUNTAJE | ESPAÑA | PUNTAJE |
|-------------------------------------|-------------|--------|-------------|--------|---------|--------|---------|
| POBLACION | 15% | 3 | 0.45 | 2 | 0.30 | 1 | 0.15 |
| PBI TASA DE CRECIMIENTO REAL | 14% | 2 | 0.28 | 2 | 0.28 | 3 | 0.42 |
| PBI | 17% | 3 | 0.51 | 2 | 0.34 | 1 | 0.17 |
| PBI PER CAPITA | 14% | 3 | 0.42 | 1 | 0.14 | 2 | 0.28 |
| TASA DE DESEMPLEO | 10% | 2 | 0.20 | 3 | 0.30 | 1 | 0.10 |
| RIESGO PAIS | 14% | 3 | 0.42 | 1 | 0.14 | 3 | 0.42 |
| SALDO COMERCIAL | 11% | 1 | 0.11 | 3 | 0.33 | 2 | 0.22 |
| IDIOMA | 5% | 1 | 0.05 | 2 | 0.10 | 2 | 0.10 |
| TOTAL | | | 2.44 | | 1.93 | | 1.86 |

Fuente: Elaboración propia

Según la calificación de los criterios de selección de mercado, se refleja que el país con mayor puntaje es Estados Unidos, el panorama demográfico y la situación económica del país brinda mayor oportunidad para la oferta del producto conserva de hoja de parra; el nivel de población de EE.UU. supera en gran masa a los países de México y España, y el PBI según la información historia es estable para un óptimo comercio, en tanto al nivel de desempleo no presenta un panorama adverso como el de España, pero en este punto se corrobora que México maneja un menor índice de desempleo.

Adicional a ello, el estilo de vida en los últimos años ha tomado la dirección por consumir productos que no solo satisfacen la necesidad alimenticia, responde con positivismo la elección de productos saludables y que aporten beneficios a la salud.

La empresa es un B2B, es por ello que la comercialización lo realizara una empresa distribuidora mayorista. En la siguiente tabla se listan las grandes empresas distribuidoras y las empresas minoristas.

Tabla n°16: Empresas mayoristas y minoristas en USA

| DISTRIBUIDORES MAYORISTAS | TIENDAS MINORISTAS |
|------------------------------|------------------------|
| C&S WHOLESALE GROCERS | WAL MART STORES |
| SUPERVALU | SUPERVALU |
| WAKEFERN FOOD CORP | COSTCO WHOLESALE CORP. |
| ASSOCIATED WHOLESALE GROCERS | SAFEWAY |
| NASH FICH CO. | KROGER CO. |

Fuente: Elaboración propia

Acuerdo Comercial

Desde 1991, el Perú contaba con la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas ATPA el cual brindaba preferencias arancelarias unilaterales otorgada por EE.UU. par el ingreso de ciertas mercaderías y estuvo vigente hasta el 2001. Desde 2002, con la Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la Droga, EE.UU. otorga preferencias arancelarias que eran renovadas periódicamente.

En el 2004, se inician las negociaciones para el TLC, el cual se firmó en abril del 2016 y entro en vigencia en febrero del 2019, con este tratado el 98% de los productos tienen arancel 0% y para el año 2025 se estima que todos los productos ingresaran sin pagar arancel alguno.

En la actualidad el TLC Perú- Estados Unidos, es una oportunidad para que la exportación de producción ingrese al país destino sin pagar arancel, y el valor comercial del producto no implicaría mayor variación en el precio de venta.

Tabla n°17: Ficha de Estados Unidos

| FICHA PAIS - ESTADOS UNIDOS | |
|-----------------------------|--|
| UBICACIÓN | América del Norte, bordeando tanto el Océano Atlántico Norte como el Océano Pacífico Norte, entre Canadá y México |
| TERRITORIO | 9,833,517 km ² |
| CLIMA | Tropical en Hawai y Florida / ártico en Alaska, semiárido en las grandes llanuras al oeste del río Mississippi y árido en la Gran Cuenca del suroeste / bajas temperaturas invernales en el noroeste |
| TERRENO | tierras agrícolas: 44,5% (2011 est.) tierra cultivable: 16,8% (est. 2011) / cultivos permanentes: 0,3% (est. 2011) / pastos permanentes: 27,4% (est. 2011) bosque: 33,3% (2011 est.) otros: 22,2% (2011 est.) |
| POBLACION | 332,639,102 |
| ESTRUCTURA DE EDAD | 0-14 años: 18,46% (hombres 31.374.555 / mujeres 30.034.371) 15-24 años: 12,91% (hombres 21,931,368 / mujeres 21,006,463) 25-54 años: 38,92% (hombres 64,893,670 / mujeres 64,564,565) |

| | |
|------------------------------------|--|
| | 55-64 años: 12,86% (hombres 20,690,736 / mujeres 22,091,808) 65 años y más: 16,85% (hombres 25,014,147 / mujeres 31,037,419) (2020 est.) |
| PBI PODER ADQUISITIVO | \$ 19,49 billones (2017 est.) \$ 19,06 billones (2016 est.) \$ 18,77 billones (2015 est.) |
| PBI TASA DE CRECIMIENTO REAL | 2,2% (2017 est.) 1,6% (2016 est.) LU2,9% (2015 est.) |
| PBI PER CAPITA | \$ 59,800 (2017 est.) \$ 58,900 (2016 est.) \$ 58.400 (2015 est.) |
| INDUSTRIAS | Altamente diversificado, líder mundial, innovador de alta tecnología, segundo producto industrial más grande del mundo; petróleo, acero, vehículos de motor, aeroespacial, telecomunicaciones, productos químicos, electrónica, procesamiento de alimentos, bienes de consumo, madera, minería |
| FUERZA LABORAL | 160,4 millones (2017 est.) |
| EXPORTACIONES | \$ 1,553 billones (2017 est.) \$ 1,456 billones (2016 est.) |
| IMPORTACIONES | \$ 2.361 billones (2017 est.) \$ 2.208 billones (2016 est.) |

Fuente: WORL FACTBOOK – elaboración propia

2.2.1.1. Micro segmentación del mercado objetivo

El mercado seleccionado para llevar a cabo las operaciones comerciales es Estados Unidos, este país tiene 52 estados, y la suma de la cantidad poblacional del país asciende a 332 630 102 habitantes al 2019. A efectos de realizar la micro segmentación en el país destino, se trabajó con datos de la población por estado 2018 y datos de importaciones de Estados Unidos respecto a la partida 200599 del periodo enero – diciembre 2019.

Tabla n°18: Cantidad de Población por Estado de USA

| ESTADOS DE USA | POBLACION 2018 |
|--------------------|----------------|
| CALIFORNIA | 39.557.045 |
| TEXAS | 28.701.845 |
| FLORIDA | 21.299.325 |
| NUEVA YORK | 19.542.209 |
| ILLINOIS | 12.741.080 |
| OHIO | 11.689.442 |
| GEORGIA | 10.519.475 |
| CAROLINA DEL NORTE | 10.383.620 |
| MICHIGAN | 9.995.915 |

Fuente: Elaboración propia en base a Datos Macro

Según la tabla n°18, California, Texas, Florida y Nueva York son los estados que tienen mayor cantidad poblacional seguido por Illinois. A simple vista el estado de California es un mercado atractivo, pero utilizaremos otro criterio para cruzar información y elegir el mercado.

Tabla n°19: Importaciones de USA según la partida 200599 – periodo Enero a Diciembre 2019

| CIUDADES DE USA | TOTAL US\$ CIF | PORCENTAJE |
|----------------------|----------------|------------|
| NEW YORK CITY N.Y. | 190,627,427 | 35.72% |
| LOS ANGELES CALIF. | 84,379,979 | 15.81% |
| LAREDO TEX. | 34,618,290 | 6.49% |
| SAN FRANCISCO CALIF. | 29,719,241 | 5.57% |
| BALTIMORE M.D. | 28,922,533 | 5.42% |
| MIAMI FLA. | 26,552,477 | 4.98% |
| BUFFALO N.Y. | 18,479,848 | 3.46% |
| HOUSTON TEX. | 16,407,833 | 3.07% |
| SAN JUAN PUERTO RICO | 13,997,347 | 2.62% |
| CHICAGO ILL. | 12,185,321 | 2.28% |

Fuente: elaboración propia en base a VERITRADE 2019

Unidad: miles de dólares estadounidenses

Según los datos de la tabla anterior, los movimientos comerciales de importación que realiza Estados Unidos según la partida 200599- Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético) sin congelar, las principales ciudades que adquieren el producto es Nueva York, Los Ángeles, Laredo Texas, San Francisco, Baltimore seguido por Miami.

De las ciudades mencionadas, Nueva York lidera en un 35.72% de participación de importación por encima de las demás ciudades, tiene un nivel poblacional aceptable para dirigir los esfuerzos de comercialización de las conservas de hojas de parra. Y como factor adicional está presente el puerto marítimo de Nueva York.

Tabla n°20: Distribución de la población de Nueva York según Edad y Sexo

| NUEVA YORK – Datos al 2019 | | | |
|----------------------------|-----------------|-----------|------------|
| ETIQUETA | POBLACION TOTAL | HOMBRES | MUJERES |
| | 19,453,561 | 9,450,810 | 10,002,751 |
| EDAD | | | |
| Menores de 5 años | 1,119,825 | 573,384 | 546,441 |
| 5 a 9 años | 1,052,163 | 540,368 | 511,795 |
| 10 a 14 años | 1,164,223 | 596,605 | 567,618 |
| 15 a 19 años | 1,187,268 | 606,840 | 580,428 |
| 20 a 24 años | 1,265,348 | 632,805 | 632,543 |
| 25 a 29 años | 1,459,455 | 728,335 | 731,120 |
| 30 a 34 años | 1,405,946 | 707,042 | 698,904 |
| 35 a 39 años | 1,256,240 | 625,275 | 630,965 |
| 40 a 44 años | 1,173,866 | 572,584 | 601,282 |
| 45 a 49 años | 1,196,601 | 581,534 | 615,067 |
| 50 a 54 años | 1,275,066 | 619,252 | 655,814 |
| 55 a 59 años | 1,319,671 | 633,557 | 686,114 |
| 60 a 64 años | 1,281,921 | 611,428 | 670,493 |
| 65 a 69 años | 1,018,302 | 477,776 | 540,526 |
| 70 a 74 años | 845,590 | 379,081 | 466,509 |
| 75 a 79 años | 583,528 | 251,402 | 332,126 |
| 80 a 84 años | 408,916 | 158,705 | 250,211 |
| 85 años y mas | 439,632 | 154,837 | 284,795 |

Fuente: Census 2019

En la distribución de la población según sus edad y sexo, se observa que en Nueva York la cantidad de mujeres supera a la población masculina, entre la distribución de edades podemos inferir que la población que percibe ingresos es a partir de los 16 años hasta

los 85 años, incluyendo los ingresos por su retribución económica por empleo, ingresos o ganancias de negocios propios, ingresos de su propia empresa, la ayuda económica que genera el gobierno hacia las familias con niños menores de edad, dinero del estado dirigido hacia los veteranos de las instituciones o fuerzas armadas de Estados Unidos (ARMY, NAVY).

La población entre las edades de 15 años hasta los 84 años, haciende a 15,677,718 al año 2019, el rango seleccionado será objeto de análisis en la siguiente tabla, según los factores de empleabilidad, grado de instrucción y nivel de ingreso económico anual.

Tabla n°21: Distribución de la población según factor de empleo, logro educativo y nivel de ingreso

| CARACTERISTICAS ECONOMICAS DE LA POBLACION DE NUEVA YORK 2019 | |
|--|-------------------|
| ETIQUETA | POBLACIÓN |
| Población de 16 años a mas | 15,659,964 |
| Estado de empleo | |
| Empleado | 9,610,670 |
| No empleado | 6,049,294 |
| Población de 25 años a mas | 13,458,707 |
| Logro educativo | |
| Menos que graduado de secundaria | 1,641,962 |
| Graduado de Secundaria | 3,431,970 |
| Algún título universitario o asociado | 3,243,548 |

| | |
|-------------------------------------|-------------------|
| Título Universitario pre o superior | 5,141,227 |
| Población de 16 años a mas | 10,381,553 |
| Ingresos Anual | |
| \$ 1 a \$ 4,999 | 7.70% |
| \$ 5,000 a \$ 14,999 | 11.40% |
| \$ 15,000 a \$ 24,999 | 11.60% |
| \$ 25,000 a \$ 34,999 | 11.90% |
| \$ 35,000 a \$ 49,999 | 14.10% |
| \$ 50,000 a \$ 74,999 | 17.40% |
| \$ 75,000 a mas | 25.80% |
| Ganancias medias | 41,528 |

Fuente: Census 2019

2.2.2 Tendencias de consumo

La población de Estados Unidos es uno de los mejores mercados con mayor poder adquisitivo. Los consumidores evalúan el producto a adquirir antes de realizar la compra, tomando en consideración factores que miden la relación costo beneficio que de tal manera es un criterio que les sirve para optimizar sus recursos monetarios y con ello tienen la opción de adquirir mayores productos y/o servicios.

Según la revista Fresh Plaza. (2018) indica: En los últimos 20 años los consumidores estadounidenses han mostrado interés en alimentos y bebidas habituales que estén

relacionados con algún tipo de beneficio para la salud y sean naturales, indicó la Oficina Comercial (Ocex) de Perú en Miami.

La tendencia de una alimentación con base vegetal favorece el desarrollo de nuevos productos en este segmento, teniendo oportunidad para productos vegetales preparados que ofrezcan beneficios saludables para el consumidor.

Imagen n°9: Gasto de Consumo de Hogares de USA

| Gastos de consumo de los hogares | 2016 | 2017 | 2018 |
|---|-------------|-------------|-------------|
| Gastos de consumo de los hogares <i>(Millones de USD, precio constante de 2000)</i> | 11.721.408 | 12.027.165 | 12.388.548 |
| Gastos de consumo de los hogares <i>(crecimiento anual, %)</i> | 2,7 | 2,6 | 3,0 |
| Gastos de consumo de los hogares per capita <i>(USD, precio constante de 2000)</i> | 36.296 | 37.008 | 37.922 |
| Gastos de consumo de los hogares <i>(% of GDP)</i> | 68,8 | n/a | n/a |

Fuente: SANTANDER TRADE

El aumento en el gasto de consumo de hogares tuvo una variación progresiva al 2018, ello indica que los hogares han incrementado el nivel de adquisición, lo cual responde a un panorama atractivo para operaciones comerciales.

Según la imagen n°9, se observa que los gastos por consumo de alimentos y bebidas no alcohólicas representa un 6.4% y los hoteles y restaurantes a un 6.9%, ambas categorías están relacionadas con el consumo de productos alimenticios, lo cual se traduce que la demanda de productos alimenticios tiene un espacio asentado la economía estadounidense.

Imagen n°10: Gasto de consumo por categoría

| Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales | | 2017 |
|---|--|-------|
| Salud | | 21,8% |
| Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles | | 19,0% |
| Bienes y servicios varios | | 14,1% |
| Transporte | | 9,5% |
| Ocio y cultura | | 9,0% |
| Hoteles y restaurantes | | 6,9% |
| Alimentos y bebidas no alcohólicas | | 6,4% |
| Muebles, electrodomésticos y mantenimiento del hogar | | 4,1% |
| Ropa y calzado | | 3,1% |
| Educación | | 2,2% |
| Comunicación | | 2,1% |
| Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos | | 1,8% |

Fuente: SANTANDER TRADE

Tabla n°22: Importación de Estados Unidos por categoría del capítulo 20 Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas

| Código | Etiqueta del producto | Valor importado en 2015 | Valor importado en 2016 | Valor importado en 2017 | Valor importado en 2018 | Valor importado en 2019 |
|----------------------|--|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| 2008 | Frutas, frutos secos y demás partes comestibles de plantas, preparadas o conservadas, incluso si contienen . . . | 2,874,769 | 2.878.599 | 3,068,626 | 3,315,526 | 3,118,502 |
| 2009 | Jugos de frutas, incl. mosto de uva y jugos de hortalizas, sin fermentar, sin alcohol añadido . . . | 1.904.533 | 1.905.703 | 2,057,467 | 2,363,235 | 2,199,903 |
| 2005 | Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar . . . | 1,224,629 | 1,307,794 | 1,449,500 | 1,438,937 | 1.400.096 |
| 2004 | Hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o ácido acético), congeladas (excepto ... | 867,096 | 965,835 | 1.102.830 | 1.241.298 | 1,258,486 |

| | | | | | | |
|----------------------|---|---------|---------|---------|---------|---------|
| 2001 | Hortalizas, frutas, frutos secos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados en vinagre ... | 390,157 | 404,864 | 400,426 | 412,324 | 450,599 |
| 2007 | Confituras, jaleas de frutas, mermeladas, purés de frutas o frutos secos y pastas de frutas o frutos secos, obtenidos por cocción ... | 257,693 | 284,249 | 281,722 | 324,135 | 344,577 |
| 2003 | Setas y trufas, preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético) | 125,045 | 121,099 | 120,540 | 120,864 | 126,044 |
| 2002 | Tomates, preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético) | 47.422 | 45,468 | 48,300 | 50,636 | 55,747 |
| 2006 | Hortalizas, frutas, nueces, cáscaras de frutas y otras partes comestibles de plantas, conservadas con azúcar "escurridas, ... | 29,486 | 26,105 | 28,694 | 31.688 | 28,317 |

Fuente: Elaboración propia en base a TRADE MAP
Unidad: miles de dólares estadounidenses

Del análisis de la tabla n°22, en los últimos 5 años se observa que la partida 2008 lidera en las importaciones teniendo una pequeña variación entre el año 2018 al 2019, la partida 2005 que contiene el producto que se exportara se ubica en el 4 puesto entre las importaciones, los valores de importación también han tenido una pequeña variación entre el año 2018 al 2019, según el panorama de la tendencia el consumo de preparaciones de frutas y hortalizas mantiene un crecimiento de mercado optimo, lo cual se traduce que el mercado estadounidense esta aumentado la adquisición de productos en su canasta familiar.

2.3 Análisis de la oferta y la demanda

2.3.1 Análisis de la oferta

Para la obtención de datos en cuando a la oferta mundial y nacional de la partida 200599 en los últimos 5 años, se utilizó la herramienta TRADE MAP.

Oferta Mundial:

Tabla n°23: Principales países exportadores de la partida 200599

| Exportadores | Valor exportado en 2015 | Valor exportado en 2016 | Valor exportado en 2017 | Valor exportado en 2018 | Valor exportado en 2019 |
|---------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| China | 1.261.712 | 1.351.586 | 1.494.161 | 1.551.969 | 1.511.227 |
| Países Bajos | 193.208 | 214.109 | 230.481 | 249.26 | 284.221 |
| Perú | 212.232 | 230.087 | 251.793 | 232.29 | 203.031 |
| Italia | 128.08 | 142.051 | 157.031 | 180.445 | 168.094 |
| España | 158.428 | 168.315 | 166.288 | 166.318 | 149.018 |
| Francia | 174.756 | 147.117 | 146.455 | 152.003 | 148.599 |
| Bélgica | 94.038 | 101.339 | 108.848 | 118.071 | 120.882 |
| República de Corea | 78.982 | 85.405 | 88.5 | 105.532 | 113.022 |
| Alemania | 94.821 | 98.82 | 102.657 | 108.23 | 99.553 |
| Estados Unidos de América | 105.09 | 93.068 | 98.555 | 96.113 | 98.479 |
| Tailandia | 61.6 | 66.679 | 68.933 | 72.909 | 75.681 |

| | | | | | |
|------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Turquía | 76.763 | 73.034 | 74.929 | 75.617 | 74.972 |
| Polonia | 37.649 | 35.28 | 39.551 | 53.402 | 66.937 |
| Emiratos Árabes Unidos | 9.189 | 11.849 | 13.853 | 40.895 | 59.064 |
| México | 33.86 | 30.313 | 33.36 | 37.25 | 48.833 |
| Reino Unido | 38.591 | 38.582 | 42.166 | 42.659 | 43.182 |

Fuente: Elaboración propia con información de TRADE MAP
Unidad : Dólar Americano miles

En la tabla 23, se observa que los principales exportadores teniendo en primer puesto a China con un valor exportado de \$ 1,511,227 para el 2019 y a diferencia del 2018 sus exportación tuvieron un pequeño descenso, como segundo puesto en las exportaciones de ubica Países Bajos que en los últimos 5 años fueron incrementando el valor de sus exportaciones, siguiendo con el ranking tenemos a Perú en el tercer puesto dentro de la oferta mundial de la partida 200599, que para el año 2019 el valor de sus exportaciones fueron \$ 203,031.

Oferta Nacional:

Tabla n°24: Principales mercados de las exportaciones peruanas de la partida 200599

| Importadores | Valor exportado en 2015 | Valor exportado en 2016 | Valor exportado en 2017 | Valor exportado en 2018 | Valor exportado en 2019 |
|---------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Estados Unidos de América | 126.457 | 128.635 | 127.775 | 127.289 | 122.363 |
| España | 56.707 | 71.168 | 87.613 | 76.18 | 55.144 |
| Francia | 7.858 | 7.643 | 9.804 | 5.11 | 5.159 |
| Canadá | 4.111 | 3.504 | 3.295 | 3.063 | 2.787 |

| | | | | | |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Alemania | 2.878 | 3.214 | 2.983 | 2.729 | 2.44 |
| Países Bajos | 2.281 | 2.452 | 3.05 | 2.253 | 2.304 |
| Argentina | 1.128 | 3.084 | 5.217 | 2.837 | 1.683 |
| Bélgica | 1.601 | 1.681 | 1.296 | 1.477 | 1.606 |
| Chile | 1.955 | 2.015 | 1.92 | 2.301 | 1.492 |
| Panamá | 895 | 1.593 | 1.919 | 1.373 | 1.434 |
| República Dominicana | 0 | 56 | 1.155 | 2.021 | 1.344 |
| Trinidad y Tobago | 1.263 | 762 | 1.145 | 924 | 1.168 |
| Australia | 794 | 1.005 | 687 | 764 | 580 |

Fuente: Elaboración propia con información de TRADE MAP
Unidad : Dólar Americano miles

En la tabla 24, se visualiza que los principales mercados destino para las exportaciones peruanas de la partida 200599 son: Estados Unidos, España y Francia teniendo como valor de importación para el 2019 entre \$ 122,363 a \$ 5,159. En menor participación en valor exportado están los países de Canadá, Alemania, Países Bajos, Argentina y Bélgica.

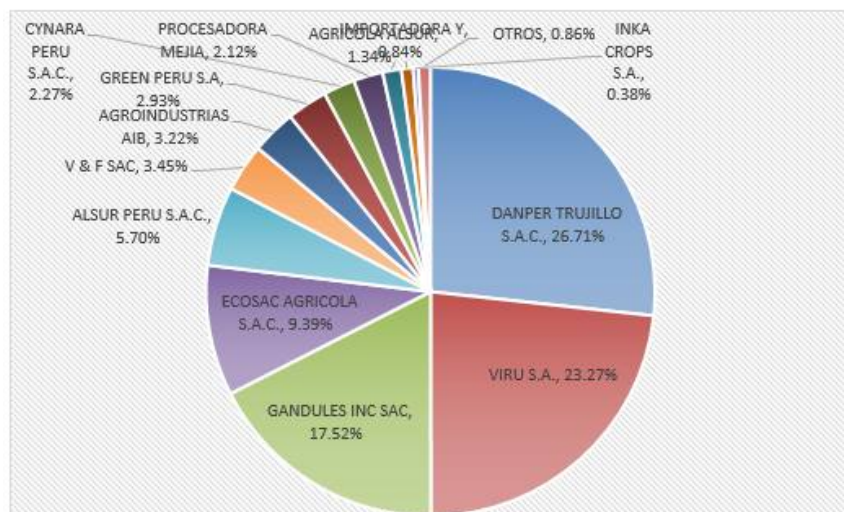
Tabla n°25: Empresas peruanas exportadoras de la partida 200599

| EMPRESAS | PARTICIPACION |
|------------------------|---------------|
| DANPER TRUJILLO S.A.C. | 26.71% |
| VIRU S.A. | 23.27% |
| GANDULES INC SAC | 17.52% |
| ECOSAC AGRICOLA S.A.C. | 9.39% |
| ALSUR PERU S.A.C. | 5.70% |
| V & F SAC | 3.45% |
| AGROINDUSTRIAS AIB | 3.22% |

| | |
|--------------------|-------|
| GREEN PERU S.A | 2.93% |
| CYNARA PERU S.A.C. | 2.27% |
| PROCESADORA MEJIA | 2.12% |
| AGRICOLA ALSUR | 1.34% |
| IMPORTADORA Y | 0.84% |
| INKA CROPS S.A. | 0.38% |
| OTROS | 0.86% |

Fuente: Elaboración propia con información de VERITRADE

Imagen n°11: Principales empresas peruanas exportadoras de la partida



Fuente: Elaboración propia con información de VERITRADE

Las principales empresas peruanas exportadoras de la partida 20059990 con mayor participación en el mercado internacional son Danper Trujillo S.a.c. con un 26.71%, Viru s.a. con 23.27%, Gandules Inc S.a.c con 17.52% y Ecosac Agrícola S.a.c con 9.39%.

2.3.2 Análisis de la demanda

Para el análisis de la demanda de la partida 200599, se tomó en cuenta la información de los últimos 5 años de las importaciones realizadas a nivel mundial.

En base a los datos hallados, se construyó la proyección de demanda de mercado en destino.

Tabla n°26: Principales países importadores de la partida 200599

| Ítem | Importadores | Valor | Valor | Valor | Valor | Valor |
|------|---------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | | importado en 2015 | importado en 2016 | importado en 2017 | importado en 2018 | importado en 2019 |
| 1 | Estados Unidos de América | 486.998 | 540.498 | 661.809 | 606.217 | 533.91 |
| 2 | Japón | 330.141 | 344.683 | 350.775 | 373.439 | 368.488 |
| 3 | Alemania | 251.412 | 262.081 | 272.267 | 293.485 | 288.163 |
| 4 | Francia | 175.967 | 178.69 | 191.024 | 212.831 | 201.32 |
| 5 | Corea, República de | 146.586 | 161.166 | 173.037 | 194.637 | 198.391 |
| 6 | Bélgica | 88.804 | 111.808 | 116.281 | 122.243 | 123.252 |
| 7 | Reino Unido | 116.397 | 108.885 | 103.078 | 116.036 | 121.78 |
| 8 | Canadá | 115.163 | 102.992 | 110.497 | 109.879 | 115.206 |
| 9 | España | 89.904 | 101.34 | 124.646 | 120.95 | 109.029 |
| 10 | Arabia Saudita | 102.186 | 89.019 | 87.596 | 66.296 | 91.9 |
| 12 | Países Bajos | 64.455 | 62.961 | 64.035 | 77.192 | 81.323 |
| 13 | Australia | 64.345 | 66.44 | 70.812 | 69.443 | 73.392 |
| 14 | Hong Kong, China | 26.967 | 37.656 | 30.816 | 43.775 | 63.556 |
| 15 | Italia | 36.564 | 40.216 | 45.003 | 46.264 | 47.51 |
| 16 | Suecia | 33.498 | 37.23 | 38.459 | 39.816 | 40.072 |

Fuente: Elaboración propia con información de TRADE MAP
Unidad : Dólar Americano miles

Según se muestra los datos de valor importado de la partida 200599 en los últimos 5 años se observa que Estados Unidos representa el mercado con mayor nivel de adquisición, esto debido a su nivel de población y al poder adquisitivo que poseen. Seguido por los países de Japón, Alemania, Francia, Corea de Sur entre otros, también representan mercados con participación considerable en nivel comercial de importaciones.

Proyección de la demanda:

Para calcular la proyección de la demanda, se tomó en consideración la data de las exportaciones peruanas en el mercado de Estados Unidos durante los últimos 8 años, a fin de utilizar el método de mínimos cuadrados.

Tabla n°27: Exportaciones peruanas en kilos y valor FOB de la partida arancelaria 2005999000 al mercado de Estados Unidos

| Año | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2018 | 2019 |
|----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Exportación en kilos | 27,158,860.09 | 25,964,108.98 | 30,195,875.03 | 36,435,407.88 | 35,884,546.49 | 34,770,896.36 | 36,045,061.27 |
| Valor FOB | 42,431,956.59 | 39,178,520.23 | 45,217,360.74 | 56,793,599.61 | 57,448,395.00 | 53,185,905.33 | 54,580,426.17 |

Fuente: Elaboración propia con data de SUNAT

En la tabla anterior se visualiza el histórico de exportaciones a Estados Unidos en kilos y valor FOB de acuerdo a la partida arancelaria 2005999000, el cual servirá para hallar la proyección de demanda utilizando los datos de cantidad exportada.

El cálculo de proyección se realizará a través del método de mínimos cuadrados.

Tabla n°28: Aplicación de mínimos cuadrados

| Año | x | Y | x*y | x*x | Pronostico |
|------|----|---------------|-----------------|-----|---------------|
| 2012 | -7 | 27,158,860.09 | -190,112,020.60 | 49 | 27,677,725.40 |

| | | | | | |
|-------------|----------|----------------|-----------------|-----|----------------------|
| 2013 | -5 | 25,964,108.98 | -129,820,544.89 | 25 | 29,161,485.61 |
| 2014 | -3 | 30,195,875.03 | -90,587,625.08 | 9 | 30,645,245.82 |
| 2015 | -1 | 36,435,407.88 | -36,435,407.88 | 1 | 32,129,006.04 |
| 2016 | 1 | 35,884,546.49 | 35,884,546.49 | 1 | 33,612,766.25 |
| 2017 | 3 | 36,512,333.06 | 109,536,999.17 | 9 | 35,096,526.46 |
| 2018 | 5 | 34,770,896.36 | 173,854,481.78 | 25 | 36,580,286.67 |
| 2019 | 7 | 36,045,061.27 | 252,315,428.86 | 49 | 38,064,046.89 |
| 2020 | 9 | | | | 39,547,807.10 |
| Suma | | 262,967,089.13 | 124,635,857.85 | 168 | |

Fuente: Elaboración propia

Para el cálculo del pronóstico de demanda al 2020, se utilizó la formula $Y=a+bx$

Donde se tienen los siguientes valores:

$$a= 32,870,886.14$$

$$b= 741,880.11$$

Tabla n°29: Demanda proyectada para la partida 2005999000 en kilogramos

| Año | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Kilogramos | 39,547,807.10 | 41,031,567.31 | 42,515,327.52 | 43,999,087.74 | 45,482,847.95 | 46,966,608.16 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla n°30: Tasa de crecimiento de la demanda proyectada

| Años | 2020 - 2021 | 2021 - 2022 | 2022 - 2023 | 2023-2024 | 2024-2025 |
|---------------|-------------|-------------|-------------|-----------|-----------|
| % Crecimiento | 3.75% | 3.62% | 3.49% | 3.37% | 3.26% |

Fuente: Elaboración propia

Tabla n°31: Proyección de exportación de la empresa Sabor y Campo S.A.C.

| Años | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Total de Exportaciones proyectadas en Kilos | 41,031,567.31 | 42,515,327.52 | 43,999,087.74 | 45,482,847.95 | 46,966,608.16 |
| % Participación | 0.07% | 0.08% | 0.09% | 0.10% | 0.12% |
| Proyección de exportación de la empresa en Kilos | 28,722.10 | 34,012.26 | 39,599.18 | 45,482.85 | 56,359.93 |
| Q frascos a exportar | 57,444.19 | 68,024.52 | 79,198.36 | 90,965.70 | 112,719.86 |
| Q Pallets a exportar | 30 | 36 | 41 | 47 | 59 |
| % Crecimiento de nuestras exportaciones | | 20.00% | 13.89% | 14.63% | 25.53% |

Fuente: Elaboración propia

Como se muestra en la tabla 31, nuestra participación sobre el total de la demanda proyectada para el 2021 va a tener un 0.07% y se incrementara anualmente. El porcentaje de participación obedece a que en la partida 2005999000 engloba varios productos vegetales en conservas.

2.4. Estrategias de Ventas y Distribución

2.4.1 Estrategias de segmentación

Del análisis de la población de Estados Unidos y sus factores que sirvieron para determinar a Nueva York como mercado destino. Se promocionará nuestro producto SABORES resaltando que es un producto natural y de calidad, elemento importante dentro de la canasta familiar, dado que su consumo aporta beneficios para la salud.

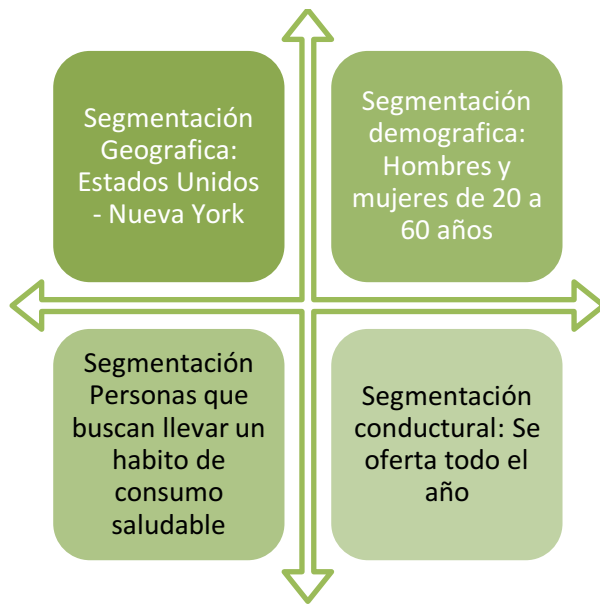
Según CNN español (2019) informo que: a nivel nacional, la obesidad severa, generalmente más de 45 kilos de exceso de peso, se convertirá en la categoría de IMC más común. La prevalencia será superior al 25% en 25 estados. Actualmente, el 18% de todos los estadounidenses son severamente obesos.

Pues la obesidad es un tema de preocupación en Estados Unidos, que en los últimos años el índice de obesidad ha ido en aumento casi como en la década de 1990.

Teniendo en consideración el panorama descrito líneas precedentes, el público al que se dirige el producto es para las familias compuestas por hombres y mujeres entre los 20 a 60 años, principalmente al público que llevan un hábito de consumo saludable; ante el panorama de obesidad el producto es una opción para que estas personas incluyan en su dieta alimentaria nutrientes libres de grasas y colesterol. Producto apto para celíacos, veganos y vegetarianos.

Según el modelo de segmentación que propone Philip Kotler, la subdivisión de mercado en grupos tiene el siguiente esquema:

Figura n°5: Estrategia de segmentación según Philip Kotler



Fuente: Elaboración propia

2.4.2 Estrategias de posicionamiento

Para realizar el posicionamiento del producto en el mercado destino se emplearán las siguientes estrategias:

Posicionamiento por estilo de vida del consumidor:

El comportamiento de consumo en el mercado destino en la actualidad opta por consumir productos como comida rápida, productos que presentan altos contenidos calóricos, grasas y colesterol, que en primera vista parecen saludables, pero en el fondo no brindan mayor beneficio

La conserva de hojas de parra es una opción alimenticia saludable para incluirse en la dieta de las personas, la lista de valores nutritivos que aporta esta hoja contribuyen a mejorar y aliviar algunas dolencias tales como problemas de diarrea, ayuda a mejorar la circulación, tiene efectos antiinflamatorios, favorece a la salud del corazón entre otros.

En la última investigación se encontró que esta hoja ayuda a combatir el cáncer de hígado y cáncer de mama.

Las características que sobresalen del producto son:

- La composición del producto es natural y sin conservantes
- Contiene altos contenidos nutritivos
- Alimento apto para celíacos, ideal para veganos y vegetarianos
- La materia prima proviene de plantaciones orgánicas

Posicionamiento basado en las características del producto

La imagen del producto debe ser atractiva al ojo del consumidor, por ello la presentación de las conservas incluirá en la etiqueta del frasco, los valores de nutrición, la composición del producto, el aporte que brinda su consumo y la marca SABORES acompañado de una imagen de hojas de parra.

La propuesta del envase de vidrio contribuye a que este se pueda reusar, de las diferentes formas que el consumidor lo desee.

Entonces las estrategias a utilizar serían:

- Forma del envase y finalidad
- Información nutricional y aportes en la etiqueta

2.4.3 Estrategias de distribución

Considerando que la empresa Sabor del Campo es nueva en el rubro y de tamaño pequeño, la distribución se realizará a través de un distribuidor en el mercado destino, para ello se contactará con un intermediario que tenga experiencia de mercado y conocimiento de industria alimentaria el cual utilizará diferentes canales en el mercado destino para que las conservas lleguen al cliente final.

Figura n°6: Estrategia de distribución



81

Fuente: Elaboración propia

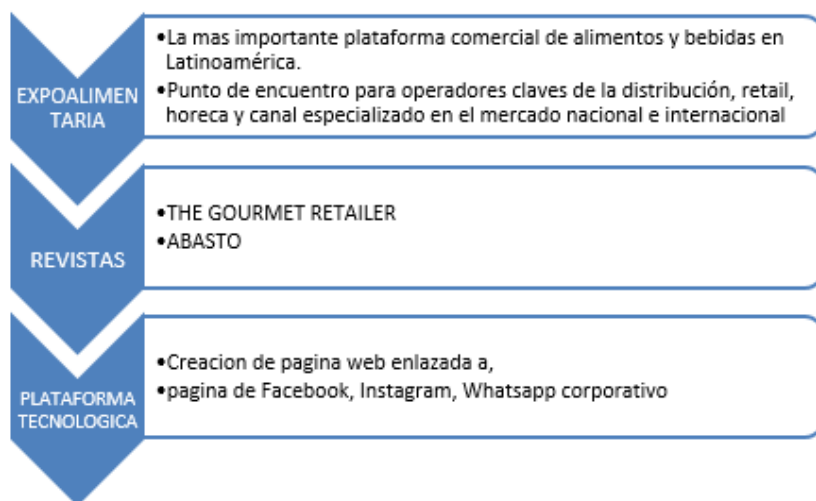
2.5 Estrategias de Promoción

En primera instancia los esfuerzos para la publicidad, difusión y marketing del producto se desarrollará mediante múltiples estrategias como ferias nacionales, publicación en

revistas especializadas, creación de página web enlazado con las redes sociales, la complejidad y tamaño de la empresa determina el nivel de inversión dirigido hacia la estrategia de promoción.

A medida que la empresa logre un posicionamiento en el mercado objetivo, se utilizarán las estrategias de ferias internacionales, visitas comerciales a potenciales clientes y coordinación con la Oficina Comercial del Perú en Los Ángeles OCEX LA a fin de ampliar nuestro mercado hacia otro estado que cuenta con un fuerte nivel poblacional.

Figura n° 7: Estrategias de promoción



Fuente: Elaboración propia

2.6 Tamaño de planta. Factores condicionantes

Cadena de Producción

Al ser una empresa nueva y de complejidad pequeña, las operaciones de producción y envasado se van a tercerizar, esto con la finalidad de ahorrar costos en la inversión de

maquinaria y gastos en mano de obra, adicional a ello el tiempo y tramites que incurre la obtención de certificaciones.

Por tanto, la cadena de producción empieza desde la adquisición de la materia prima, trasladado a la procesadora, en donde se seleccionan las hojas que cuenten con las características para lavarlas y pasarlas por agua caliente, posterior envasado enrollado las hojas dentro del frasco con la solución de agua y sal, cerrado hermético, esterilizado, etiquetado y almacenado; una vez listo la procesadora nos entrega las conservas en una cajas de plástico las cuales serán trasladadas hacia nuestro almacén.

Figura n°8: Elaboración de Conservas de Hoja de Parra

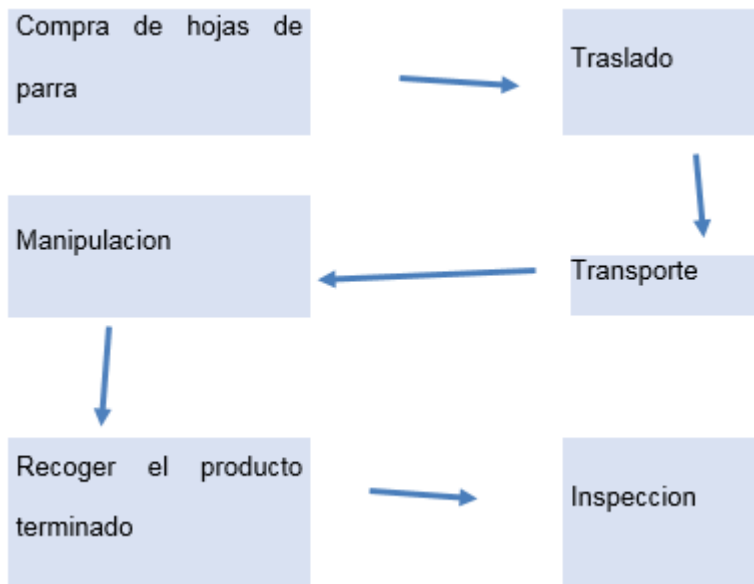


Fuente: Elaboración propia

En la figura anterior se describe los pasos de la elaboración de las conservas de hojas de parra en salmuera, para ello nuestra empresa llevara a las plantaciones de uva las jabas de plástico para su recolección, luego será trasladado con nuestro transporte hacia

la procesadora, el cual nos entregara las conservas en jabas para que en nuestro almacén se inspeccionen y almacenen hasta su embarcación y posterior exportación.

Figura n°9: Flujograma de actividades



Fuente: Elaboración propia

Para la compra de la materia prima se hizo una búsqueda de proveedores de uva, de ello la Asociación de Productores de Uva de meda del Perú – PROVID, es una asociación sin fines de lucro que fue fundada en el 2001 y que actualmente representa a más del 70% del volumen de uva de mesa peruana exportada al mundo. Cabe indicar que esta asociación cuenta con 66 asociados de los cuales se eligen a los más cercanos para el abastecimiento de la hoja de uva.

Tabla n°32: Proveedores de materia prima, envases y servicio de envasado

| RUBRO | PROVEEDORES | DIRECCION 1 | DIRECCION 2 | TELEFONO |
|--------------------------------------|--|----------------------------------|------------------|---------------|
| MATERIA PRIMA (HOJA DE UVA) | AGRICOLA COPACABANA DE CHINCHA S.A. | CHINCHA - ICA | | (056) 608626 |
| | AGRICOLA CHAPI S.A. | ICA - ICA | | (01) 6185656 |
| | AGRÍCOLA HUARMEY S.A.C. | ICA - ICA | HUARMEY - ANCASH | (51) 4523388 |
| | PHOENIX FOODS S.A. | HUARAL - LIMA | | (51) 7193950 |
| SERVICIO DE ENVASADO | HANALEI S.A.C | VILLA EL SALVADOR - LIMA | | (51) 719 8232 |
| | J&P INVESTMENT S.A.C. | COMAS - LIMA | | (51) 614 8484 |
| ENVASES DE VIDRIO | ENVASES DEL PERU WILDOR E.I.R.L | CHORRILLO - LIMA | | (51) 4019198 |
| | ECOGLOSS DEL PERU S.A.C. | SAN JUAN DE LURIGANCHO - LIMA | | 923106154 |

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 32, se listan los proveedores que serán socios estratégicos para el abastecimiento de materia prima, insumos y servicios que la empresa necesita para conseguir que el producto terminado llegue hasta las instalaciones. Cabe indicar que el transporte, lo realizara nuestra empresa, ya que cuenta con una unidad vehicular furgón de 10 toneladas.

III. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACION

3.1. Envases, empaques y embalajes

Para que el producto a exportar llegue en óptimas condiciones al país destino y se lleve a cabo su posterior consumo se utilizara el envase adecuado, así como la correcta elección del empaque y embalaje.

3.1.1. Envase

El envase juega un rol importante para el manipuleo, transporte y comercialización, debido a que es el primer material que tiene contacto con el producto a consumir, además de cumplir la función principal de protección y de hacer posible la venta del producto al enviar el mensaje directo al consumidor.

Según el MINCETUR. (2009) indica que: la elección del material del envase se debe seleccionar de acuerdo a las necesidades de cada producto en particular; pues cada producto es vulnerable a determinados agentes (unos son débiles a la humedad, otros al calor o a la luz y otros al impacto).

Funcionalidades del envase

- Posibilidad de contener el producto
- Permitir su identificación
- Capacidad de proteger el producto

- Adecue a las necesidades del consumidor en término de tamaño, ergonomía y calidad.
- Adaptable a las líneas de fabricación y envasado
- Que se ajuste a las unidades de carga y distribución
- Que cumpla con las legislaciones vigentes
- Resistente a las manipulaciones, transporte y distribución (local, internacional y comercial)

Imagen n°12: Modelo de envase de vidrio para la conserva de hoja de parra

| ENVASE | VIDRIO BOCA ANCHA CON TAPA ROSCA |
|-----------------|---|
| CARACTERISTICAS | Altura: 125 mm Diámetro: 88 mm Capacidad: 500 gr Peso del frasco: 180 gr Color: Transparente Frasco de vidrio con tapa Twist-off |
| DISEÑO |  |

Fuente: Elaboración propia

En capítulos anteriores, se mencionó que el envasado de las conservas será al vacío con la finalidad de asegurar la calidad y hermeticidad del producto ante cualquier bacteria, u otro ente contaminante.

Propiedades del envase de vidrio

- Impermeable a los gases, vapores y líquidos.
- Material higiénico, fácil de lavar y esterilizar.

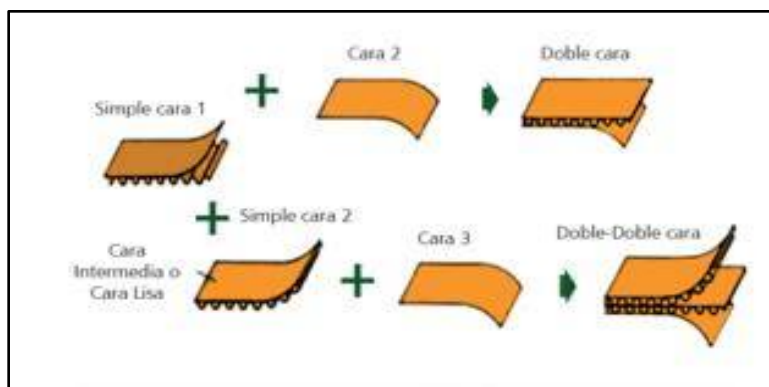
- Transparente y permite visualizar el producto.
- Es inodoro, no transmite los gustos ni los altera.
- Material rígido que resiste elevadas presiones internas.
- Puede colorearse, lo que constituye una protección contra los rayos ultravioleta que podrían deteriorar el producto que contiene el envase.
- Ecoamigable y reutilizable.

3.1.2 Empaque y Embalaje

Una vez que las hojas de parra sean envasadas y cerradas se pondrá una cinta de plástico alrededor de la tapa, a fin de evitar que en su manipuleo y traslado el envase sufra alteraciones o complicaciones con el sellado hermético.

Tomando en consideración el envase del producto, y continuando con la elección del embalaje que permita al producto tener la protección, conservación y almacenamiento para su posterior traslado se elige el cartón corrugado de cara doble-doble, el cual se utiliza en usualmente en las exportaciones debido a su gran resistencia.

Imagen n°13: Diagrama de fabricación del cartón corrugado de cara doble-doble



Fuente: MINCETUR, Guía de envases y embalajes.

Imagen n°14: Características del embalaje

| EMBALAJE | CAJA DE CARTON CORRUGADO |
|---|--|
| DIMENSIONES | Altura: 30 cm Largo: 37 cm Ancho: 28 cm |
| COLOR | Marrón |
| PESO | 350 gramos |
| CONTENIDO | 24 frascos de vidrio |
| VISTA FRONTAL | VISTA DESDE ARRIBA |
|  |  |

Fuente: Elaboración propia

En relación a la imagen n°14, el embalaje a utilizar cuenta con las dimensiones de 37 x 28 x 30 cm, el cual contendrá 24 frascos de vidrios, 12 en la base y otros 12 frascos en el segundo nivel, los cuales serán separados utilizando separadores de cartón, que tiene un peso de 50 gramos.

El total de peso neto de la caja es de 12 kilos, el peso bruto por caja es de 16.72 kilos.

Se utilizarán pallets americanos para la unitarización de la carga, en cuanto al apilamiento de las cajas están serán reforzadas con stretch film y zunchos para dar más rigidez al embalaje.

3.2. Diseño del rotulado y marcado

3.2.1. Diseño del rotulado

El rotulado tiene como objetivo brindar información al consumidor sobre las características del producto, dentro de ese marco el diseño del rotulado considerara información puntual sobre las conservas de hoja de parra teniendo en consideración lo exigido por el país destino.

Datos del etiquetado:

- Características del producto
- Tamaño
- Instrucciones de uso
- Marca
- Registro Sanitario
- Peso
- Fecha de producción
- Fecha de vencimiento
- Cantidad
- Ingredientes
- Información nutricional

Para el ingreso de productos a Estados Unidos, el gobierno exige colocar etiquetas a los alimentos envasados, el cual contenga la información precisa, comprensible y legible. La Ley Federal de Alimentos exige que el envase contenga un doble etiquetado. Los cuales se dividen en:

- el primero es el etiquetado general,
- el segundo es el etiquetado nutricional y
- adicionalmente debe incluirse el código de barras.

Par el etiquetado general se debe presentar en inglés, utilizando el sistema de medición que son libras y onzas.

Tabla n°33: Rotulado de Etiquetado General

| ETIQUETADO GENERAL | |
|---|---|
| DENOMINACION DEL PRODUCTO | Conserva de Hoja de Parra |
| MARCA | SABORESS |
| CONTENIDO NETO | 17.64 Oz, 1.10 Lb (500 gr) |
| INGREDIENTES | Hojas de Uva, Sal y Agua |
| FECHA DE PRODUCCION | 15/12/2020 |
| FECHA DE VENCIMIENTO | 16/10/2021 |
| ALMACENAMIENTO | Conservar en lugar fresco, refrigerar una vez abierto el envase |
| NOMBRE Y DOMICILIO LEGAL DEL FABRICANTE | Sabor del Campo S.A.C., Mz C Lt 2 Urb. Robles, Ate - Lima- Perú |

Fuente: Elaboración propia

En la tabla n° 33, se muestra la información general que contendrá la etiqueta del producto conserva de hoja de parra, utilizando el sistema de medición utilizado en el país destino.

En cuanto al etiquetado nutricional, la información debe contener los siguientes componentes:

- Calorías totales (total calories)
- Calorías de grasas (calories from fat)
- Calorías de grasas saturadas (calories from saturated fat)
- Grasa total (total fat)
- Grasas saturadas (saturated fat)
- Grasas polisaturadas (polysaturated fat)
- Grasas monosaturadas (monosaturated fat)
- Colesterol (cholesterol)
- Sodio (sodium)
- Potasio (potassium).
- Carbohidratos totales (total carbohydrate)
- Fibra dietética (dietary fiber)
- Fibra soluble (soluble fiber)
- Fibra insoluble (insoluble fiber)
- Azúcares (sugars)
- Alcohol proveniente de azúcares (sugar alcohol)
- Otros carbohidratos (other carbohydrate)

- Proteína (protein)
- Vitamina A (vitamin A).
- Porcentaje de vitamina A presente como betacaroteno (percent of vitamin A present as betacarotene)
- Vitamina C (vitamin C)
- Calcio (calcium)
- Hierro (iron)
- Otras vitaminas y minerales esenciales (other essential vitamins and mineral)

Tabla n°34: Etiqueta valores nutricionales

| Nutrition Facts | | |
|------------------------|------------------|---------------|
| Serving size | 100 gr (0.22 Lb) | |
| | | %Daily Value* |
| Energía | 69 Kcal | 3% |
| Grasa | 0 gr | 0% |
| Carbohidratos | 12.5 gr | 4% |
| Colesterol | 0 mg | 0% |
| Sodio | 1.875 mg | 150% |
| Agua | 76.10 mg | 76% |
| Proteína | 4.27 gr | 8% |
| Vitamina A | 5000 IU | 176% |
| Vitamina C | 15 mg | 23% |
| Vitamina E | 1.79 mg | 12% |
| Vitamina K | 97 mg | 122% |
| Vitamina B-9 | 78 mg | 20% |
| Calcio | 289 mg | 29% |
| Hierro | 2.25 mg | 16% |
| Potasio | 29 mg | 1% |
| Ácidos grasos trans | 0 gr | 0% |
| Fósforo | 34 mg | 3% |

Fuente: Elaboración propia en base a USDA

3.2.2. Diseño del mercado

El mercado del embalaje cumple una función informativa de manipulación de la carga, datos del país de origen y país destino y la numeración de bultos.

De allí, que para realizar un buen diseño en el mercado de los embalajes se debe analizar el tipo de envase y el peso total por caja a fin de determinar los símbolos pictográficos que se utilizaran. Bien pues, nuestros envases son de vidrio y el peso bruto por caja es de 14.80 kilos, analizando estos criterios nuestro embalaje debe consignar lo siguiente:

- Marcas principales

Importador: -----

Puerto de descarga: New York – EE.UU.

N° de bultos: ----- cajas

- Marcas de información

Exportador: Sabor del Campo S.A.C

Puerto de Embarque: Callao – Perú

Dimensiones de la caja :37x28x30 cm

Peso bruto: 16.72 kg

- Marcas de manipuleo

Frágil, usado para mercadería frágil y considerando que el envase del producto a exportar es vidrio.

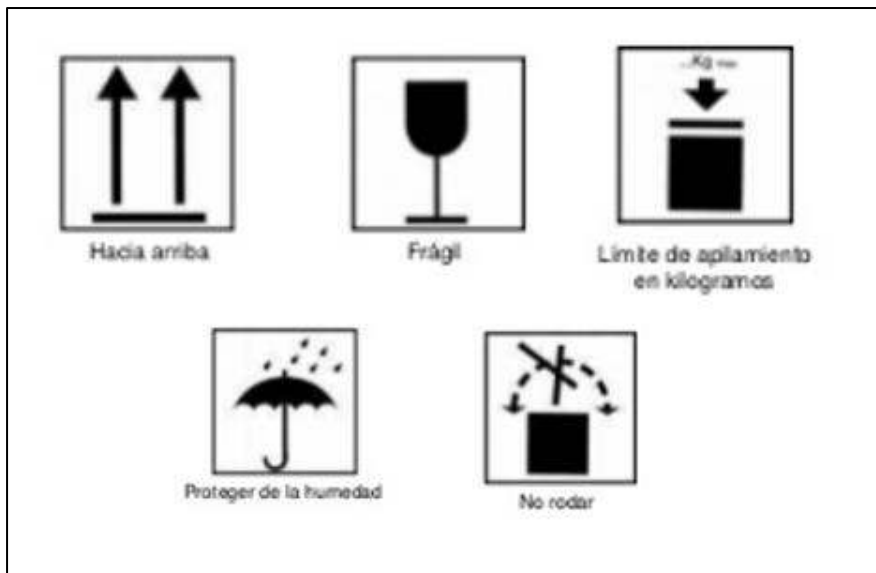
Este lado arriba, indica la posición correcta de apilar al momento de su manipuleo.

Manténgase seco, indica que el embalaje debe mantenerse en un ambiente seco.

Apilar hasta, este símbolo indica la cantidad máxima de cajas que pueden ser apiladas sin causar daño al embalaje.

No rodar, el envase es de vidrio por el cual se busca el mayor cuidado.

Imagen n°15: Pictogramas de uso internacional



Fuente: ISO 7000

En la imagen 15, observamos los pictogramas que nuestro embalaje va llevar impreso a fin de facilitar y optimizar el traslado y su manipuleo.

A continuación, se presenta el diseño del marcaje considerando todos los puntos anteriormente mencionados.

Imagen n°16: Diseño de rotulado



Fuente: Elaboración propia

3.3. Unitarización y cubicaje de la carga

3.3.1. Unitarización

La unitarización de la mercadería permite el agrupamiento físico del producto (envases y embalajes) a fin de representar una unidad de carga, lo cual permite la facilidad del traslado de la carga de manera segura y rápida.

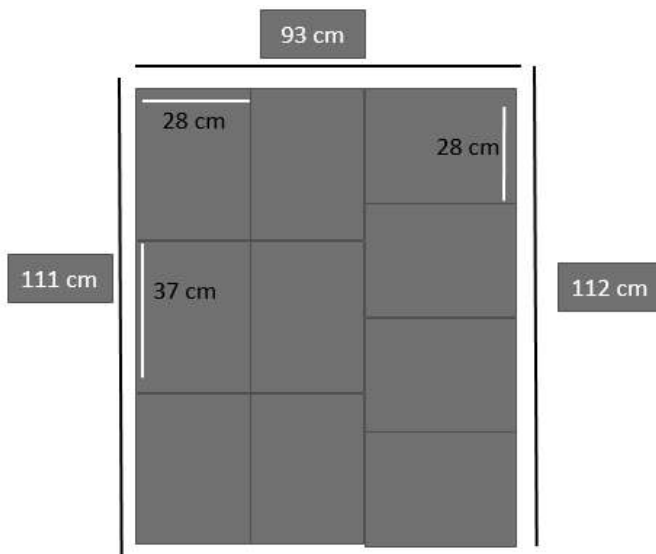
Asimismo, la unitarización otorga ventajas en el almacenamiento y distribución de la carga.

Para la unitarización de la carga tiene dos modalidades: la paletización y la contenedorización; a lo que la modalidad de paletización se adecua a la naturaleza de nuestra carga.

Cabe indicar que, para el paletizado debemos asegurar la carga con cinta de embalaje, stretch film, zunchos y esquineros.

A continuación, se detalla la unitarización de la carga:

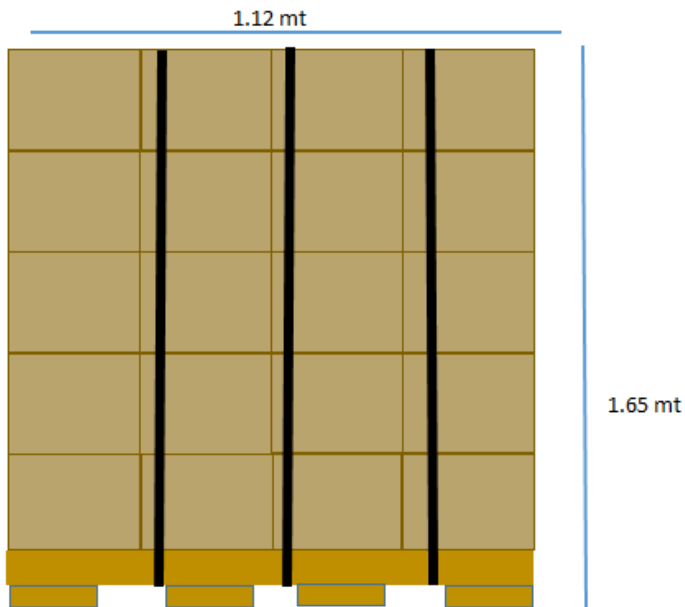
Imagen n°17: Unitarización de la carga (base del pallet)



Fuente: Elaboración propia

Para optimizar toda la dimensión del pallet americano que tienen medidas 1.00 mt x 1.20 mt, se acomodará las cajas en filas de 4 x 3 variando las posiciones en la cual se obtiene 12 cajas por base. En la imagen 6, se muestra la forma en la que se unitarizará las cajas.

Imagen n°18: Carga Unitarizada (vista frontal)



Fuente: Elaboración propia

Se observa en la imagen 18, la unitarización optimizada por pallet el cual tiene 5 pisos y 12 cajas por base, obteniendo un total de 60 cajas por pallet.

3.3.2. Paletización y cubicaje de carga

Para nuestra exportación se hará uso de un contenedor de 20". A continuación, se muestran las medidas y características del contenedor.

Imagen n°19: Características del contenedor de 20" Dry Van

20 pies estándar (dry cargo) 20'x8'x6'



| MEDIDAS | EXTERNA | | INTERNA | | PUERTA ABIERTA | |
|---------|---------|------|---------|-------|----------------|------|
| | Metros | Pies | Metros | Pies | Metros | Pies |
| LARGO | 6.05 | 20' | 5.90 | 19'4" | | |
| ANCHO | 2.43 | 8' | 2.34 | 7'8" | 2.33 | 7'8" |
| ALTO | 2.59 | 8'6" | 2.40 | 8'6" | 2.29 | 7'6" |

Fuente: Icontainers

Según la imagen 8, se indican las medidas externas e internas del contenedor de 20" el cual tiene 2.40 metros de altura interna del cual, nuestra carga unitarizada tiene una altura de 1.65 metros, tenemos un espacio de 75 cm de sobra y que por motivos de apilamiento de cajas no se ocupa la capacidad máxima a fines de no maltratar la carga.

Imagen n°20: Paletización en contenedor de 20"

| CONTENEDOR | N° DE PALLETS | GRÁFICO |
|--------------|-----------------------------------|---|
| 20' STANDARD | 10 standard pallets 1,2 x 1,0m |  |

Fuente: LSTB Worldwide

Como se observa en la imagen 20, en el contenedor de 20" se acomodarán 10 pallets de medida 1.20 mt x 1,00 mt, teniendo un total de 600 cajas, 14,400 envases de conservas, totalizando un peso de 10,032 kilos o su equivalente a 10.03 toneladas incluido el peso de pallets.

A continuación, se detalla el resumen la unitarización y paletización para el primer envío de carga al país destino Estados Unidos, cabe mencionar que al año, la empresa va a realizar 4 operaciones de exportación.

Tabla n°35: Resumen de la unitarización y paletización

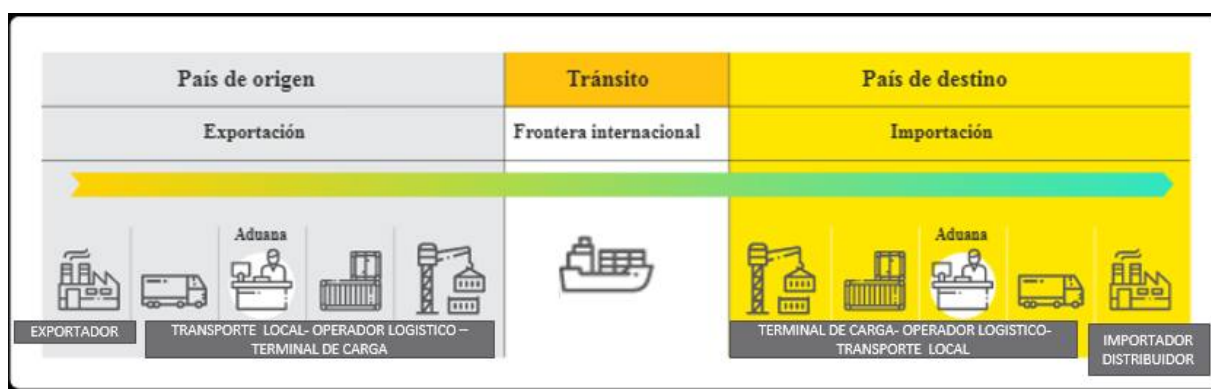
| RESUMEN DE ENVASE | |
|-----------------------------------|---|
| Dimensión de envase | Altura: 125 mm Diámetro:88 mm |
| Capacidad | 500 gr |
| Peso del envase | 180 gr |
| Peso bruto | 680 gr |
| RESUMEN DE EMBALAJE | |
| Dimensión de la caja | Largo: 37 cm Ancho: 28 cm Altura: 30 cm |
| Peso de la caja | 350 gr |
| Cantidad de frascos por caja | 24 frascos |
| Peso neto por caja (x 24 envases) | 16.32 kg |
| Peso bruto de la caja | 16.72 kg |
| RESUMEN DE PALLET | |
| Dimensión de pallet | Largo: 1.20m Ancho: 1.0m Altura: 15 cm |
| Peso del Pallet Americano | 20 kg |
| Cantidad de cajas por pallet | 60 cajas |
| Cantidad de frascos por pallet | 1,440 frascos |
| Peso total por pallet | 1,003.2 kg |
| RESUMEN POR CONTENEDOR DE 20" | |

| | |
|--|----------------|
| Cantidad de pallets por contenedor 20" | 10 pallets |
| Cantidad de cajas x cnt | 600 cajas |
| Cantidad de Frascos x cnt | 14,400 frascos |
| Peso total de la carga | 10,032 kg |
| Peso en Tonelada | 10.03 TN |

Fuente: Elaboración propia

3.4. Cadena de DFI de exportación

Imagen n°21: Cadena de Distribución Física Internacional



Fuente: Grupo Bancolombia

En relación a la imagen 21, en el cual se plasma la cadena de distribución física internación entre el país de origen Perú y el país destino Estados Unidos, la modalidad de transporte a utilizar para la presente exportación es el marítimo, tomando en consideración que las conservas no son productos perecibles y además esta modalidad de transporte es menos costosa que enviar por vía aérea. Más adelante se detallará el operador logístico que nos apoyará en la operación.

3.4.1 Cadena de Suministro

Hasta antes que el producto terminado llegue hasta nuestro almacén, existen actividades que no se detallan en la imagen, es por ello que la imagen revela la cadena de suministro

de Sabor del Campo S.A.C., el cual inicia desde la adquisición de la materia prima, transporte, producción y transporte hasta el almacén de Sabor del Campo.

Imagen n°22: Cadena de suministro (materia prima hasta almacén)



Fuente: Elaboración propia

Adquisición de Materia Prima

La materia prima fundamental para que se lleve a cabo la producción de las conservas es las hojas de uva, mismas que serán adquiridas de cuatro productores. Sin embargo, para la elección de estos productores de uva se llevó a cabo la elección el análisis a nivel nacional de los productores, y de esa búsqueda encontramos a PROVID (Asociación de Productores de Uva de mesa del Perú), esta asociación representa a más del 70% del volumen de uva exportada y que además cuenta con 66 asociados productores de uva.

Tabla n°36: Proveedores de hojas de uva

| EMPRESA | RUC | DIRECCION DEL FUNDO |
|-------------------------------------|-------------|---------------------|
| AGRICOLA COPACABANA DE CHINCHA S.A. | 20367336081 | CHINCHA |
| AGRICOLA CHAPI S.A. | 20372081831 | ICA |
| AGRÍCOLA HUARMEY S.A.C. | 20109930751 | ICA |
| PHOENIX FOODS S.A.C. | 20378668574 | HUARAL |

Fuente: Elaboración propia

La elección de trabajar con 4 proveedores de materia prima deriva del movimiento de exportación que tendremos para el primer año que se plantea sean 4 operaciones con destino a Estados Unidos.

Selección de proveedor de servicio de maquila

Posterior a la adquisición de la materia prima, este tiene que ser llevado a la maquiladora para el procesamiento y envasado del producto. Es por ello, que se realizó la búsqueda de 3 empresas que brindan el servicio de maquila.

Tabla n°37: Lista de empresas maquiladoras

| EMPRESA | RUC |
|-----------------------|-------------|
| J&P INVESTMENT S.A.C. | 20554789456 |
| HANALEI S.A.C. | 20501895467 |
| PROEXI S.A.C. | 20261603919 |

Fuente: Elaboración propia

Para seleccionar con cual empresa trabajaremos creando un vínculo de valor comercial se pondero utilizando diversos criterios, donde rango de evaluación va de 1 a 3 donde: 1 es regular, 2 es bueno y 3 es muy bueno.

Tabla n°38: Criterios para selección del proveedor de servicio de maquila

| Criterios | J&P Investment | Hanalei | Proexi |
|--------------------------------|-------------------|-------------------|-----------|
| Experiencia | 6 años | 18 años | 23 años |
| Ubicación del proveedor | Comas | Villa El Salvador | Huaura |
| Certificado HACCP | Si | Si | Si |
| Certificado BPM | No | Si | Si |
| Certificado Inocuidad (DIGESA) | No | Si | Si |
| Puntualidad | Buena | Buena | Muy Buena |

Fuente: Elaboración propia

Tabla n°39: Matriz de selección de proveedor de servicio de maquila

| Criterios | Ponderado | J&P Investment | Puntaje | Hanalei | Puntaje | Proexi | Puntaje |
|-------------|-----------|-------------------|---------|---------|---------|--------|---------|
| Experiencia | 0.20 | 1 | 0.20 | 2 | 0.40 | 3 | 0.60 |
| Ubicación | 0.10 | 2 | 0.20 | 3 | 0.30 | 2 | 0.20 |

| | | | | | | | |
|-----------------------|------|---|------|---|------|---|------|
| Certificado HACCP | 0.15 | 3 | 0.45 | 3 | 0.45 | 3 | 0.45 |
| Certificado BPM | 0.15 | 1 | 0.15 | 3 | 0.45 | 3 | 0.45 |
| Certificado Inocuidad | 0.25 | 1 | 0.25 | 2 | 0.50 | 3 | 0.75 |
| Puntualidad | 0.15 | 1 | 0.15 | 1 | 0.15 | 3 | 0.45 |
| Total | 1 | | 1.40 | | 2.25 | | 2.90 |

Fuente: Elaboración propia

Según la matriz de selección vista en la tabla 39, sugiere que la empresa Proexi cumple con los criterios de selección optados por Sabor del Campo S.A.C., teniendo como resultado un total de 2.90 sobre las otras dos empresas que brindan el servicio de maquila.

Transporte de Insumos

La empresa Sabor del Campo S.A.C., cuenta con un vehículo furgón de 10 Toneladas, el cual será empleado en las actividades de transporte de:

- Llevar jabas de plástico para las hojas de uva hasta el fundo
- Llevar insumos y envases hasta la procesadora
- Trasladar la materia prima del fundo hasta la procesadora (maquila)
- Trasladar el producto terminado de la procesadora hasta el almacén de Sabor del Campo.

Requisitos de acceso al mercado destino

Por parte de Perú, las conservas de hoja de parra contarán con el registro sanitario otorgado por DIGESA, la certificación sanitaria emitido por SENASA, adicional se contará con el certificado de origen emitido por Adex.

Para el ingreso del producto a Estados Unidos, se deberá cumplir con los requisitos emitidos por las agencias y departamentos de control competente en materia alimentaria y sanitaria, los cuales son:

- Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA)
- La Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA)

Dentro de los requisitos de acceso al mercado destino, se lleva a cabo el control documental de los siguientes:

- Conocimiento de embarque
- Certificado de origen
- Factura comercial
- Certificados de inspección sanitaria
- Lista de empaque

3.4.2. Determinación del operador logístico

Como se menciona líneas arriba, la elección del medio de transporte a utilizar para realizar la exportación hacia Estados Unidos, se analizó la opción de transporte por vía marítima y vía aérea.

Imagen n° 23: Elección del medio de transporte para exportar



Fuente: SERTRANS

Tabla n°40: Ventajas del transporte marítimo y transporte aéreo

| VENTAJAS DEL TRANSPORTE MARITIMO | VENTAJAS DEL TRANSPORTE AEREO |
|---|---|
| Se caracteriza por su bajo costo Admite una amplia variedad de carga: líquido, sólidos, gaseoso, a granel, mercancías peligrosas, etc. Soporta peso y volumen de la mercancía que transporte. | Transporte aéreo es rápido, indicado para plazos cortos de entrega o envíos de urgencia. Medio de transporte versátil y flexible. Transporte seguro, bajos índices de siniestralidad. |

Fuente: Elaboración propia en base a SERTRANS

De las ventajas mencionadas en la tabla precedente, teniendo en cuenta el volumen a exportar, el número de exportaciones anuales y el costo por operación de transporte internacional, resulta factible optar por el transporte marítimo.

Dado que nuestro mercado objetivo es New York de Estados Unidos, se sabe que ese estado cuenta con un puerto para el desembarque de la mercadería.

Elección de operador logístico

Para la selección del operador logístico, con el cual coordinaremos las operaciones de exportación, se consideraron criterios técnicos de selección; en el cual el rango de evaluación va de 1 a 3 donde: 1 es regular, 2 es bueno y 3 es muy bueno.

Tabla n°41: selección de operador logístico

| Criterios | BEAGLE | GAMMA CARGO | CARGO BUSINESS |
|-------------------|-------------------|--------------------|-----------------------|
| Experiencia | 25 años | 23 años | 12 años |
| Agente de aduana | Muy Bueno | Muy Bueno | Bueno |
| Forma de pago | 7 días | 15 días | Contado |
| Costos logísticos | Muy Bueno | Muy Bueno | Bueno |
| Certificaciones | 6 certificaciones | 5 certificaciones | 2 certificaciones |

Fuente: Elaboración propia

Tabla n°42: Matriz de selección para selección de operador logístico

| Criterio | Peso | Beagle | Resultado | Gamma Cargo | Resultado | Cargo Business | Resultado |
|------------------|-------------|---------------|------------------|--------------------|------------------|-----------------------|------------------|
| Experiencia | 0.15 | 3 | 0.45 | 2 | 0.30 | 1 | 0.15 |
| Agente de Aduana | 0.25 | 3 | 0.75 | 3 | 0.75 | 2 | 0.50 |

| | | | | | | | |
|-------------------|------|---|-------------|---|------|---|------|
| Forma de pago | 0.15 | 2 | 0.30 | 3 | 0.45 | 2 | 0.30 |
| Costos logísticos | 0.25 | 3 | 0.75 | 2 | 0.50 | 1 | 0.25 |
| Certificaciones | 0.20 | 3 | 0.60 | 2 | 0.40 | 2 | 0.40 |
| TOTAL | 1 | | 2.85 | | 2.40 | | 1.60 |

Fuente: Elaboración propia

Como se aprecia en la tabla 42, el operador que cumple con los criterios evaluados es Beagle, el cual será considerado un aliado estratégico para nuestras operaciones de exportación.

Trazabilidad de operaciones de exportación de Sabor del Campo

El resumen de la trazabilidad de operaciones de SABOR DEL CAMPO S.A.C. inicia desde la adquisición de la materia prima, insumos, actividades documentarias y logísticas, hasta la exportación y llegada a puerto de New York- Estados Unidos. El tiempo de travesía internacional se consideró 16 días, según las rutas marítima en el portal web de SIICEX.

Cabe mencionar que las 4 exportaciones que realizara la empresa serán FCL (FULL Container Load) se ocupara todo el contenedor para la carga.

A continuación, se plasma en la siguiente tabla el resumen de trazabilidad.

Tabla n°43: Trazabilidad de operaciones de Sabor del Campo

| Semanas | Semana 1 | | | | | | | Semana 2 | | | | | | | Semana 3 | | | | | | | Semana 4 | | | | | | |
|---|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Actividades | día 1 | día 2 | día 3 | día 4 | día 5 | día 6 | día 7 | día 1 | día 2 | día 3 | día 4 | día 5 | día 6 | día 7 | día 1 | día 2 | día 3 | día 4 | día 5 | día 6 | día 7 | día 1 | día 2 | día 3 | día 4 | día 5 | día 6 | día 7 |
| Compra Materia Prima | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Traslado a Procesadora | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Proceso de Producción | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Traslado de conservas hacia almacén Sabor del Campo | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Documentación Digesa | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Coordinación con operador logístico | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Unitarización | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Paletización en contenedor | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Embarcación del contenedor | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | |
| Transporte Internacional | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | |
| Arribo a puerto de destino | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | |

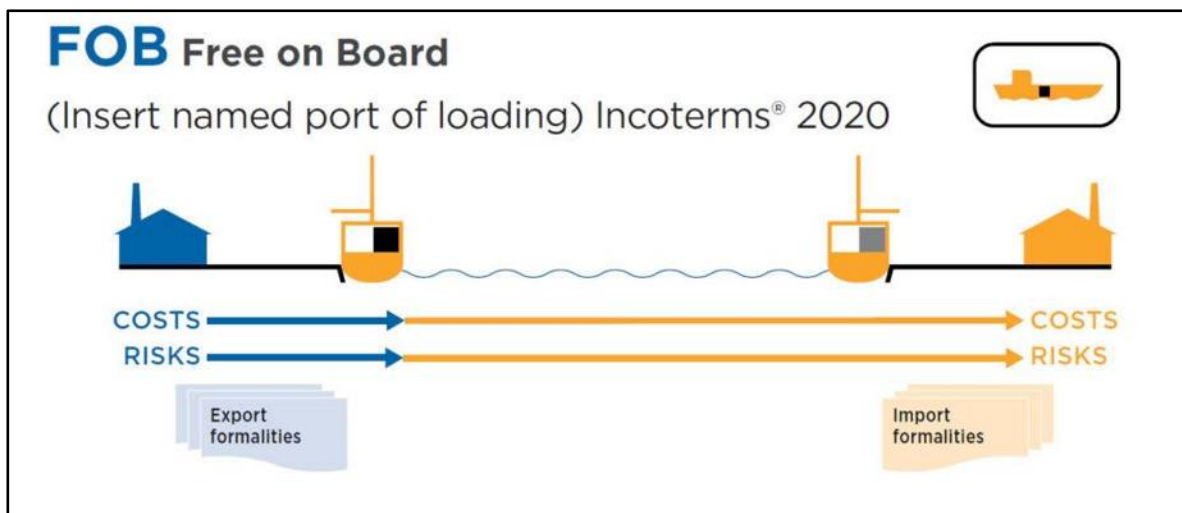
Fuente: Elaboración propia

3.5. Seguro de las mercancías

El termino Incoterms 2020 con el que se trabajará la presente exportación será FOB Callao; el cual delimita el riesgo y responsabilidad de la mercadería, hasta que esta sea entregada a bordo de la embarcación en el puerto de origen. Dada a la transferencia de riesgo y responsabilidad luego de embarcada la mercadería; el comprador (importador) es libre de contratar el seguro de carga internacional.

Para evitar riesgos internos en el país del exportador, contrataremos un seguro local que cubre desde el punto de partida que es el almacén de SABOR DEL CAMPO S.A.C. hasta el punto de transferencia de riesgos y responsabilidades. De acuerdo a la homologación de proveedores, se estableció trabajar con un operador logístico, este nos brindará un paquete integral de servicios el cual incluirá el seguro local.

Imagen n°24: FOB free on board



Fuente: IAR -CPI

IV. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

4.1. Fijación de precios

En el presente capítulo analizaremos los costos del producto a fin de fijar el precio de venta a fin de enviar la cotización al cliente en el país destino.

4.1.1. Costos y precio

Tabla n°43: Detalle de costos de producción y costos variables

| CONCEPTO | COSTO UNITARIO | COSTO MENSUAL | COSTO ANUAL |
|--|----------------|---------------|-------------|
| COSTO DE PRODUCTO TERCERIZADO | | | |
| COSTO DE TERCERIZACION | \$0.30 | \$4,320.00 | \$17,280.00 |
| COSTO DE HOJA DE PARRA | \$0.40 | \$5,760.00 | \$23,040.00 |
| ENVASE VIDRIO | \$0.66 | \$9,504.00 | \$38,016.00 |
| TOTAL | \$1.36 | \$19,584.00 | \$78,336.00 |
| COSTO ADMINISTRATIVO | | | |
| PAGO DE LUZ, AGUA, INTERNET | \$80.00 | \$80.00 | \$960.00 |
| UTILES DE OFICINA | \$25.00 | \$25.00 | \$300.00 |
| TOTAL | | \$105.00 | \$1,260.00 |
| COSTO DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL | | | |
| COSTO DE EMBALAJE | | \$400.00 | \$1,600.00 |
| ENVIO DE MUESTRAS | | \$20.00 | \$80.00 |
| COMISION DE AGENCIA DE ADUANA | | \$350.00 | \$1,400.00 |
| CERTIFICADO DE ORIGEN | | \$20.00 | \$80.00 |
| COMISION BANCARIA | | \$250.00 | \$1,000.00 |
| TRANSPORTE LOCAL | | \$200.00 | \$800.00 |
| ESTIBA | | \$80.00 | \$320.00 |
| DESPACHO ADUANA | | \$100.00 | \$400.00 |
| DOCUMENTACION/HANDLING | | \$40.00 | \$160.00 |
| GASTO PORTUARIO | | \$400.00 | \$1,600.00 |
| VISTO BUENO | | \$180.00 | \$720.00 |

| | | | |
|------------------|--|------------|------------|
| AFORO | | \$35.00 | \$140.00 |
| GASTO FINANCIERO | | \$200.00 | \$800.00 |
| TOTAL | | \$2,275.00 | \$9,100.00 |

Fuente: Elaboración propia

En la tabla n°43, se detallan los costos de tercerización del producto, así como los costos administrativos y costos variables incluida el embarque. Cabe indicar que los costos mensuales son en relación a la cantidad a exportar que es 14 400 frascos de conserva. El número de exportaciones al año será cuatro operaciones de exportación.

Tabla n°44: Precio del producto

| DETALLE DE PRECIO FOB | |
|------------------------------|-------------|
| COSTO TOTAL DE EMBARQUE | \$21,964.00 |
| MARGEN DE GANANCIA | \$4,392.80 |
| COSTO FOB | \$26,356.80 |
| PRECIO UNITARIO FOB | \$1.83 |

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 44, se muestra el costo unitario por frasco de 500 gr, en termino Incoterms FOB CALLAO por producto es de \$ 1.83 dólares americanos, para determinar este costo se dividió el costo total Fob entre la cantidad de frascos a exportar.

4.1.2 Fijación de precio por partida exportada

Tabla n°45: Exportaciones peruanas de la partida 200599 por precio unitario FOB

| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---------------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Descripción del producto | Valor en Dólar/ Kilogramo | Valor en Dólar/ Kilogramo | Valor en Dólar/ Kilogramo | Valor en Dólar/ Kilogramo | Valor en Dólar/ Kilogramo |
| Vegetales y mezcla de vegetales | | | | | |

| | | | | | |
|--|------|------|------|------|------|
| preparados o conservados sin vinagre (exc. Conservados en vinagre) | 2.61 | 2.66 | 2.70 | 2.60 | 2.41 |
|--|------|------|------|------|------|

Fuente: TRADEMAP

En la tabla 45, se observa el valor Fob unitario expresado en dólares para productos exportados de la partida 2005.99 entre el rango de años de 2015 a 2019, donde se obtiene un valor de \$ 2.41 en el último año.

Imagen n°25: Precio Unitario FOB por partida 200599



Fuente: VERITRADE

Según la Imagen n°25, de la fuente Veritrade muestra un valor unitario de \$2.051, valor similar al de la fuente de Trademap.

La comparación del precio de Sabor del Campo en relación al reporte de precio de las herramientas comerciales, tienen una leve variación, ese panorama refiere que el coste del producto es aproximado al precio de venta real en el mercado internacional.

4.1.2 Cotización internacional

Imagen n°26: Cotización Internacional

SABOR DEL CAMPO S.A.C.

Lima, 20 de diciembre de 2020

Señores.-

WAKEFERN FOOD CORP

Atención.-

Dayanne Kentt - Jefe de Departamento de compras

Estimados.-

Mediante la presente hacemos llegar nuestra cotización en relacion a las especificaciones del producto señalado por ustedes:

DETALLE DEL PRODUCTO

| | |
|---------------------|--|
| PRODUCTO | HOJA DE PARRA EN CONSERVAS |
| TIPO DE CONSERVA | EN SALMUERA |
| MARCA | SABORESS |
| PRESENTACIÓN | FRASCOS DE VIDRIO DE 1.10 LB (500 GR) |
| CANTIDAD | 14 400 |
| EMBALAJE | EN CARTON DOBLE CORRUGADO DE 30 X 37 X 28 CM |
| EMBALAJE INTERIOR | SEPARADORES DE CARTON |
| CANTIDAD POR CAJA | 24 FRASCOS POR CAJA |
| PRECIO FOB CALLAO | \$ 26,357.00 |
| PARTIDA ARANCELARIA | 2005.99 |
| FORMA DE PAGO | T/T 100 %ANTES DEL EMBARQUE |
| FECHA DE EMBARQUE | 15 DIAS DESPUES DE FIRMADA EL CONTRATO |
| MEDIO DE TRANSPORTE | MARITIMO |
| PUERTO DE EMBARQUE | CALLAO -PERU |

INFORMACION ADICIONAL:

VALIDEZ DE LA OFERTA DE 30 DIAS
INCLUYE CERTIFICADO DE ORIGEN
PRECIO FOB CALLAO INCOTERM® 2020

FIRMA
GERENTE COMERCIAL
SABOR DEL CAMPO

Fuente: Elaboración propia

La imagen n°26, se muestra la cotización del producto en el cual están todos los detalles y términos de venta, tales como el precio, termino Incoterms, forma de pago, entre otros.

Cabe señalar que, para envía al cliente, la cotización se enviara traducida en inglés.

4.2 Contrato de compra venta internacional (exportaciones) y sus documentos

El contrato de compra venta internacional es el marco general mediante el cual las partes (vendedor y comprador) plasman detalles y acuerdos del producto, pago, entrega, normas que rigen el comercio, entre otras, para que la transacción a realizar se realice de la manera más óptima en beneficio de ambas partes.

Obregón (2012) sostiene que:

El contrato de compraventa internacional es el acto jurídico por el cual más de dos personas de distinto país transan sobre mercaderías a cambio de un precio determinado, donde una de las partes resulta, el vendedor y el otro comprador; el contrato puede convenirse por la forma que las partes establezcan. (p. 4)

A efectos de realizar la exportación, se señala un extracto de los puntos relevantes del contrato de compra venta internacional que celebran de una parte SABOR DEL CAMPO S.A.C. denominado el vendedor y WAKEFERN FOOD CORP. denominado el comprador.

Tabla n°46: Resumen de contrato compra

| RESUMEN DE CONTRATO DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL | | |
|--|----------------------------------|--|
| PARTES | VENDEDOR | SABOR DEL CAMPO SAC |
| | PAIS | PERU |
| | COMPRADOR | WAKEFERN FOOD CORP |
| | PAIS | ESTADOS UNIDOS |
| MERCADERIA | DESCRIPCION | HOJAS DE PARRA EN CONSERVA SALMUERA |
| | TIPO DE ENVASE | FRASCO DE VIDRIO |
| | EMPAQUE | CAJAS DE CARTON CORRUGADO |
| | PESO | 1.10 LB (500 GR) |
| | CANTIDAD TOTAL | 14 400 FRASCOS |
| ENTREGA | INCOTERMS 2020 | FOB CALLAO |
| | LUGAR DE ENTREGA | PUERTO MARITIMO DE CALLAO |
| | FECHA DE ENTREGA | 15 DIAS DE RECIBIDA LA OC |
| PRECIO | MONTO TOTAL | \$ 26, 357.00 |
| | MONEDA | DOLARES AMERICANOS |
| CONDICION DE PAGO | MOMENTO DE PAGO | 100% ANTES DE EXPORTAR |
| | FORMA DE PAGO | TRANSFERENCIA ELECTRONICA BANCARIA (T/T) |
| DOCUMENTOS | FACTURA COMERCIAL | |
| | DOCUMENTO DE TRANSPORTE (B/L) | |
| | LISTA DE EMPAQUE | |
| | CERTIFICADO DE ORIGEN | |
| | CERTIFICADO DE INSPECCION | |
| | DECLARACION DUA | |
| INCUMPLIMIENTO | DEL COMPRADOR DE PAGAR | SE OTORGA 3 DIAS ADICIONALES |
| | DEL VENDEDOR ENTREGAR MERCADERIA | SE OTORGA 4 DIAS ADICIONALES |

| | | |
|---|-----------|---|
| RESOLUCION CONTRATO | DE | AL FINALIZAR EL PLAZO ADICIONAL Y SE INCUMPLE SE DECLARA RESUELTO EL CONTRATO |
| FUERZA MAYOR EXCUSA INCUMPLIENTO | DE | ANTE GUERRA, EMERGENCIA, ACCIDENTE, INCENDIO, SISMO, INUNDACION, HUELGA INDUSTRIAL SIEMPRE QUE SE PRUEBE QUE ESTUVO FUERA DE SU CONTROL |
| AVISO | | CUALQUIER AVISO QUE SE REQUIERA SE HARA POR ESCRITO (INCLUYE EL USO DE CORREO ELECTRONICO) ENVIANDOLO AL DOMICILIO DE LA OTRA PARTE |
| AUTORIZACIONES | | SENASA CERTIFICADO FITOSANITARIO |
| | | DIGESA CERTIFICADO SANITARIO |
| SOLUCION CONTROVERSIAS | DE | AMERICAN ARBITRATION ASSOCIATION (AAA) UBICADO EN ESTADOS UNIDOS |
| DERECHO APLICABLE | | CONVENCIO DE VIENA DE 1980 SOBRE LA COMPRA VENTA |

Fuente: Elaboración propia

Véase el contrato de compra venta internacional (completo) de Sabor del Campo S.A.C. y Wakefern Foods Corp en el Anexo 2.

4.3 Elección y aplicación del Incoterms

El desarrollo de distintos términos de venta, permite ofrecer a los potenciales clientes una selección amplia en cuanto a los criterios de que ellos puedan tomar, donde tienes mayor peso el flete internacional.

Para ello Sabor del Campo S.A.C. desarrolla sus precios de venta en 3 diferentes términos Incoterms.

Tabla n°47: Precio FCA hasta el almacén aduanero

| DETALLE PRECIO FCA ALMACEN ADUANERO | |
|--|--------------------|
| CONCEPTO | MONTO |
| COSTO DE PRODUCCION | \$19,584.00 |
| COSTO ADMINISTRATIVO | \$105.00 |
| COSTO DE EMBARQUE | \$1,460.00 |
| COSTO DE EMBALAJE | \$400.00 |
| ENVIO DE MUESTRAS | \$20.00 |
| COMISION DE AGENCIA DE ADUANA | \$350.00 |
| CERTIFICADO DE ORIGEN | \$20.00 |
| COMISION BANCARIA | \$250.00 |
| GASTO FINANCIERO | \$200.00 |
| TRANSPORTE LOCAL | \$100.00 |
| ESTIBA | \$80.00 |
| DOCUMENTACION/HANDLING | \$40.00 |
| MARGEN DE GANANCIA | \$4,230.00 |
| PRECIO FCA ALMACEN ADUANERO | \$25,379.00 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla n°48: Precio FOB Callao

| DETALLE PRECIO FOB CALLAO | |
|----------------------------------|--------------|
| CONCEPTO | MONTO |
| COSTO DE PRODUCCION | \$19,584.00 |

| | |
|--|--------------------|
| COSTO ADMINISTRATIVO | \$105.00 |
| COSTO DE EMBARQUE | \$1,460.00 |
| COSTO DE EMBALAJE | \$400.00 |
| ENVIO DE MUESTRAS | \$20.00 |
| COMISION DE AGENCIA DE ADUANA | \$350.00 |
| CERTIFICADO DE ORIGEN | \$20.00 |
| COMISION BANCARIA | \$250.00 |
| GASTO FINANCIERO | \$200.00 |
| TRANSPORTE LOCAL | \$100.00 |
| ESTIBA | \$80.00 |
| DOCUMENTACION/HANDLING | \$40.00 |
| PRECIO FCA ALMACEN ADUANERO | \$21,149.00 |
| DESPACHO ADUANA | \$100.00 |
| TRANSPORTE LOCAL | \$100.00 |
| GASTO PORTUARIO | \$400.00 |
| VISTO BUENO | \$180.00 |
| AFORO | \$35.00 |
| MARGEN DE GANANCIA | \$4,393.00 |
| PRECIO FOB CALLAO | \$26,357.00 |

Fuente: Elaboración propia

En la tabla n°48, se muestran el valor Fob Callao con el cual se trabajará la exportación. La elección de este incoterms responde a que en destino tienen una mayor oferta de líneas navieras a un costo más bajo que en nuestro país.

Tabla n°49: Precio CIF New York

| DETALLE PRECIO CIF NEW YORK | |
|------------------------------------|--------------------|
| CONCEPTO | MONTO |
| COSTO DE PRODUCCION | \$19,584.00 |
| COSTO ADMINISTRATIVO | \$105.00 |
| COSTO DE EMBARQUE | \$1,460.00 |
| COSTO DE EMBALAJE | \$400.00 |
| ENVIO DE MUESTRAS | \$20.00 |
| COMISION DE AGENCIA DE ADUANA | \$350.00 |
| CERTIFICADO DE ORIGEN | \$20.00 |
| COMISION BANCARIA | \$250.00 |
| GASTO FINANCIERO | \$200.00 |
| TRANSPORTE LOCAL | \$100.00 |
| ESTIBA | \$80.00 |
| DOCUMENTACION/HANDLING | \$40.00 |
| PRECIO FCA ALMACEN ADUANERO | \$21,149.00 |
| DESPACHO ADUANA | \$100.00 |
| TRANSPORTE LOCAL | \$100.00 |
| GASTO PORTUARIO | \$400.00 |
| VISTO BUENO | \$180.00 |
| AFORO | \$35.00 |
| PRECIO FOB CALLAO | \$21,964.00 |
| FLETE INTERNACIONAL FCL/FCL | \$2,000.00 |
| POLIZA SEGURO INTERNACIONAL | \$300.00 |
| COSTO ESTIBA/DESESTIBA | \$120.00 |
| MARGEN DE GANANCIA | \$4,880.00 |
| PRECIO CIF NEW YORK | \$29,264.00 |

Fuente: Elaboración propia

De análisis de propuestas en los términos Incoterms FCA, FOB y CIF; se llega a la conclusión:

- Realizar la venta en FOB, es conveniente debido a que deja mayor utilidad que utilizar FCA.

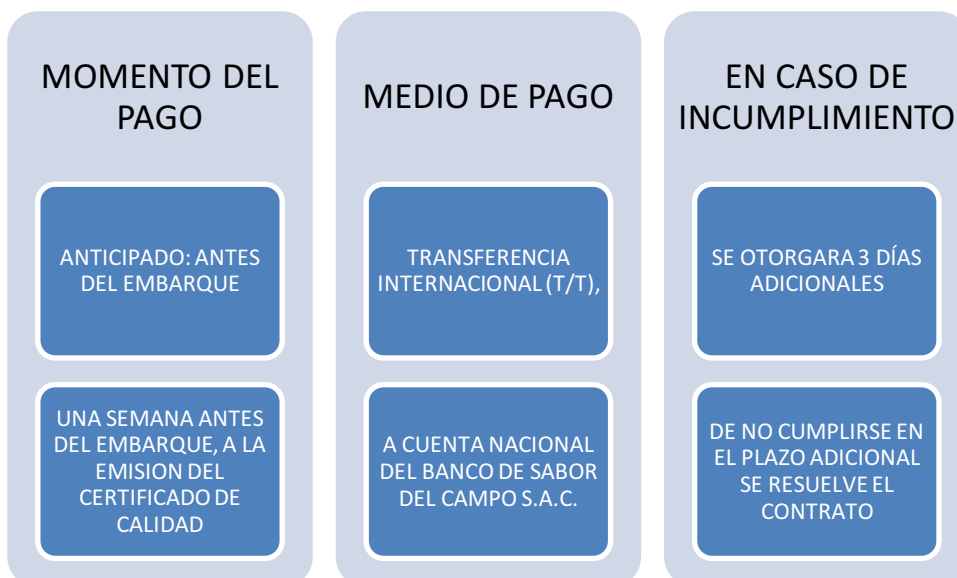
- En comparación con CIF, en este último incoterms los gastos se incrementan debido al flete internacional y el seguro de carga internacional, entre otros gastos. Además cabe señalar que en el país destino, brindan una mayor oferta de líneas navieras a precios competitivos.

4.4 Determinación del medio de pago y cobro

Como todo acto contractual que se lleve a cabo, en el cual intervengan dos o más personas de distintos países en la transferencia de bienes comerciales, el que recibe la transferencia ejecuta monetariamente el pago del bien hacia el que realiza la transferencia. Es decir, el vendedor y el comprador pactan un pago único por el valor de la mercadería, y el momento y la forma también son acordados por las partes, pudiendo realizarse en formas únicas o mixtas.

En nuestro caso, siendo nuestra primera exportación hacia el país destino New York - Estados Unidos, el pago será en los siguientes términos.

Figura n°10: Momento y medio de pago



Fuente: Elaboración propia

De la elección del momento del pago y el medio de pago detallado en la figura n° 10, se basa al ser la primera exportación de Sabor del Campo S.A.C. y la empresa no tiene historial con el comprador que está ubicado en el país de Estados Unidos, para mayor seguridad se solicita el pago anticipado, el cual esta detallado en el contrato de compra venta internacional.

Del banco de Sabor del Campo S.A.C., se indican las cuentas en la imagen n°27.

Imagen n°27: Cuenta bancaria de Sabor del Campo S.A.C.

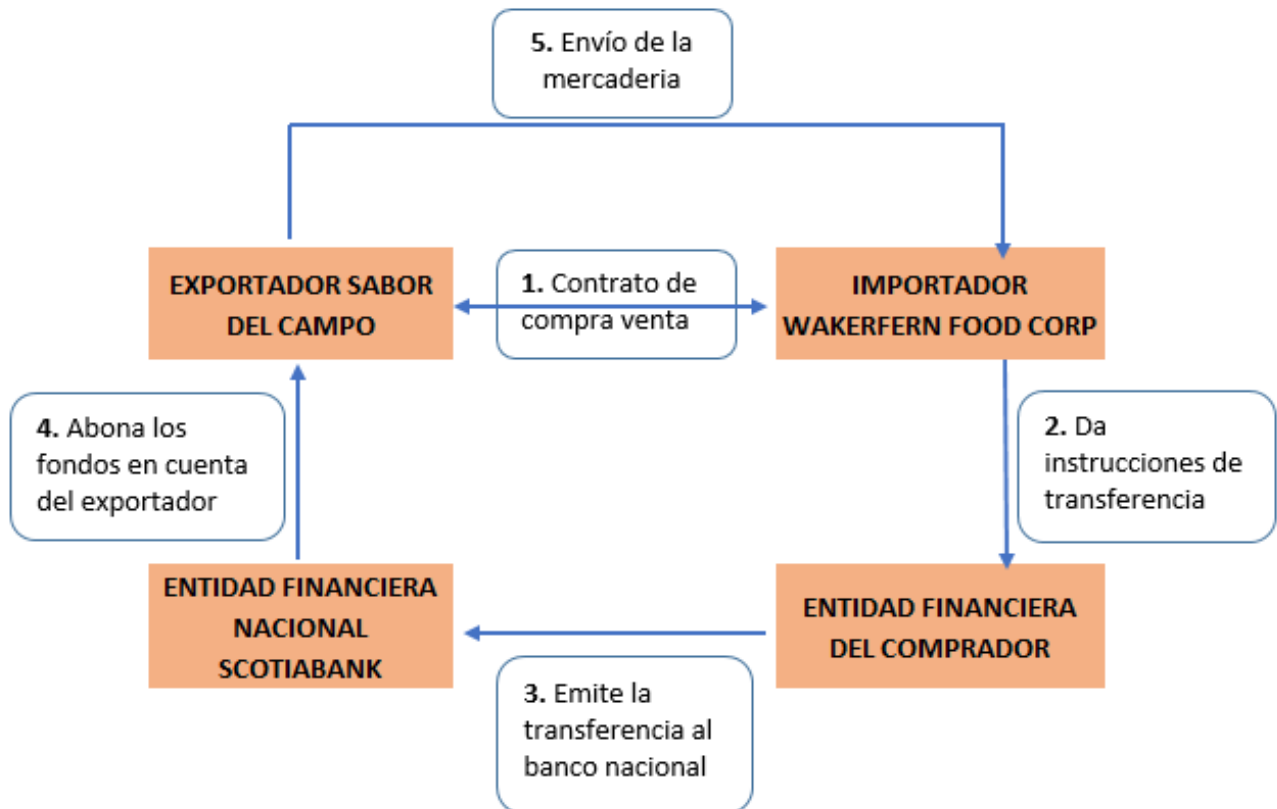


Fuente: Elaboración propia

Como toda empresa, es fundamental que cuente con una cuenta en soles y otra en dólares; la cuenta en dólares es para realizar transferencias por pagos a los proveedores de insumos, materia prima, proveedores de servicios entre otros, la bancarización de los pagos ayudara a tener un control de las finanzas de la empresa. Por otro lado, la cuenta en dólares es para recepcionar el pago de las exportaciones y también realizar algunos pagos nacionales.

Imagen n°28: Flujograma de pago para la primera exportación –Transferencia

interbancaria



Fuente: Elaboración propia

En la imagen n°28, se muestra el flujo del pago paso a paso, como punto de partida se tiene la elaboración del contrato de compra venta internación en el cual las partes, acuerdan los términos en el cual se ejecutará el intercambio; teniendo los puntos claros tanto para el vendedor y el comprador, se pacta que para la exportación el pago es anticipado en la modalidad de transferencia electrónica. Como punto siguiente el comprador ubicado en Estados Unidos, da instrucción de transferencias al banco del vendedor. Posterior el banco Scotiabank abona a cuenta de Sabor del Campo, con la confirmación de pago, se procede a la continuación de trámites para el embarque de la mercadería de conservas.

Imagen n°29: Flujo de pago para el embarque

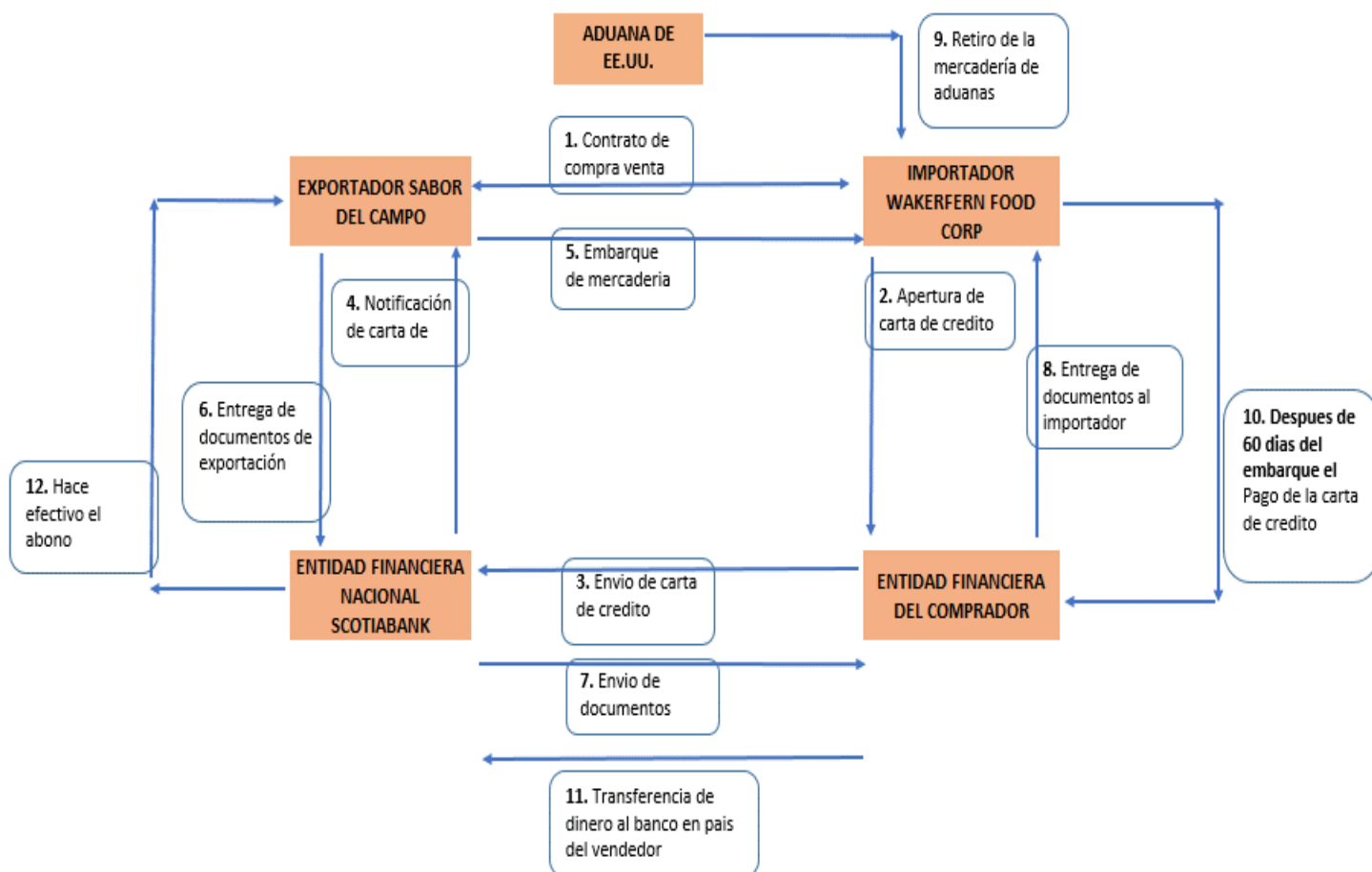


Fuente: Elaboración propia

Como se mencionó en el párrafo anterior, para que se realice la exportación según el término acordado el cual se estipula en el contrato, se tiene que realizar el pago en cuentas del vendedor, y para mayor seguridad del comprador se emitirá y se enviará electrónicamente el certificado de calidad del producto.

Para la segunda exportación al mismo cliente, teniendo ya sentada como experiencia el primer acto contractual, se hará uso de la carta de crédito a plazo. El motivo de la elección de este medio de pago es brindar mayor tiempo de pago al cliente. Y en nuestra situación utilizar la carta de crédito como documento negociable bancario para afrontar otras cuentas.

Imagen n°30: Flujograma de pago con carta de crédito



Fuente: Elaboración propia

Según el flujograma de pago de la imagen n°30, al utilizar la carta de crédito se tiene el siguiente panorama:

1. Comienza con el acuerdo de termino que se plasman en el contrato de compra venta internacional, en el cual se pacta entre las partes que el medio de pago será carta de crédito irrevocable a plazo de 60 días posterior al embarque.
2. El importador apertura la carta de crédito con todos los detalles.
3. La entidad financiera del importador envía la carta de crédito hacia la entidad financiera en el país de exportador.

4. El banco en país nacional notifica la carta al exportador Sabor del Campo S.A.C.
5. Luego de notificada la carta de crédito el exportador embarca la mercadería.
6. El exportador entrega los documentos de exportación
7. El banco del exportador envía los documentos originales al banco del importador.
8. El banco del comprador entrega los documentos para su trámite en aduanas.
9. La Aduana en destino entrega la mercadería al importador.
10. Se realiza el pago de la carta de crédito por parte del importador.
11. El banco en el exterior transfiere el dinero al banco del exportador.
12. El banco en el país del exportador hace efectivo en sus cuentas el monto de la carta de crédito.

Imagen n°31: Datos que se consignan en la carta de crédito



Fuente: Elaboración propia

En la imagen n°31, se muestra los detalles mínimos que debe contener la carta de crédito para que esta sea enviada al banco del exportador.

Imagen n°32: Documentos que se envían al importador



Fuente: Elaboración propia

En la imagen n°32, se señalan toda la documentación necesaria que es requerida por el importador y que viajan hasta llegar a destino para realizar el desaduanaje.

A continuación, se muestra la diferencia entre ambos medios de pago a utilizar teniendo en cuenta los criterios de costo, seguridad y complejidad.

Imagen n°33: Diferencias entre medios de pago



Fuente: Elaboración propia

Al respecto de la imagen n°33, al utilizar el medio de pago de transferencia internacional tiene un costo bajo, la seguridad es baja siempre y cuando se pacte el pago después del embarque; en cuanto a la complejidad suele ser mínimo ya que para ejecutar el pago se realiza en simples pasos.

La carta de crédito a utilizar es irrevocable y a plazo de 60 días, el cual tiene un elevado costo financiero, brinda mayor seguridad reduciendo costos de incumplimiento de pago y a la vez es la más compleja de los medios de pago.

4.5 Elección del régimen de exportación

Para la presente actividad comercial y exportación al país destino el despacho aduanero será destinada al régimen de exportación definitiva, el cual no está afecto a tributo alguno.

SUNAT (2020) define: “La exportación definitiva es el régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior”

<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/index.html>

La conserva de hoja de parra, al ser un producto de uso en las preparaciones de platos de platos de comida, la vida del producto termina en su consumo definitivo; que a diferencia de otro régimen en el cual el producto regresa al país, en la exportación definitiva no ingresa nuevamente a nuestro territorio.

Tramitación del régimen

A efectos de realizar la documentación requerida para llevar a cabo la exportación, el despachador de aduana solicita la destinación aduanera al régimen seleccionado, mediante la transmisión electrónica de la información de declaración.

Para la transmisión de la declaración se envía la información de datos conforme a la estructura de transmisión que indica SUNAT, además se indica que para los siguientes se deben registrar solo un dato por campo.

Tabla n°50: Principales Datos de la Declaración

| DATOS QUE REQUIERE SUNAT | CAMPO A RELLENAR CON UN SOLO DATO |
|---|--|
| Un Exportador | Sabor del Campo S.A.C. |
| Un Consignatario | Wakefern Foods Corp |
| Un País de Destino | Estados Unidos |
| Un Incoterms® | FOB 2020 |
| Un Lugar donde la mercadería es puesta a disposición de la autoridad aduanera | Terminal de almacenamiento |
| Una Aduana de salida | Marítima del Callao |

Fuente: Elaboración propia

Cabe indicar que la declaración puede tener embarques parciales, pero para el primer año de gestión operativa de exportación, no se realizarán embarques parciales.

Los documentos requeridos para la exportación definitiva son los siguientes:

- Declaración
- Documento de transporte
- Factura
- Certificado de origen

4.6 Gestión aduanera del comercio internacional

El proceso de exportación conlleva ejecutar varias actividades a las cuales se le denomina gestión aduanera del comercio exterior, para ello se identifican los involucrados directos en la gestión aduanera.

Imagen n°34: Identificación de operadores involucrados en comercio exterior



Fuente: Elaboración propia

En la imagen n°34, se muestran los Operadores de Comercio Exterior los cuales actúan ante la aduana con el fin de llevar a cabo la exportación, las distintas actividades que ejecutan deben actuarse de manera correcta y veraz en relación a

toda información que se presente ante la autoridad aduanera. En cuanto a los operadores intervinientes, deben brindar la información correcta y detallada para que el operador de comercio exterior transmita la data.

Elección del operador de comercio exterior

Para elegir a los operadores, se debe tener en conocimiento que estos deben tener la autorización competente para actuar ante la autoridad aduanera, dicha autorización es brindada por SUNAT, la cual establece que debe resguardar toda información por un plazo de 2 años.

Imagen n° 35: Selección del operador logístico

| OPERADOR LOGÍSTICO | CRITERIOS DE SELECCIÓN |
|---|-------------------------------|
|  | • Experiencia |
| | • Costos logísticos |
| | • Forma de pago |
| | • Certificaciones |
| | • Asesoría técnica |
| | • Servicio logístico integral |
| | Agenciamiento aduanero |
| | Transporte y distribución |
| | Almacenaje |
| | Servicio In-house |
| Agenciamiento de carga internacional | |

Fuente: Elaboración propia

En el capítulo anterior, se realizó la selección de proveedor de servicios logísticos integrales de acuerdo a la matriz de selección de proveedores, de acuerdo a la ponderación de los criterios se seleccionó a la empresa Beagle Agente de Aduanas.

En la imagen n°35, se muestran los criterios de selección que gestaron la elección de trabajar con el operador logístico, donde el fin es optimizar y tener un mejor control de

la gestión de exportación a través de una sola empresa que haga el control y rastreo de la operación.

A continuación, se muestran las certificaciones de la empresa seleccionada:

Imagen n°36: Certificaciones otorgados por SGS



Fuente: Pagina web de Beagle <http://beagle.com.pe/>

En la imagen n°36, se muestran las certificaciones de evaluación de seguridad, salud y medioambiente otorgado por SGS a Beagle Agente de Aduanas S.A. y a Beagle Shipping S.A.

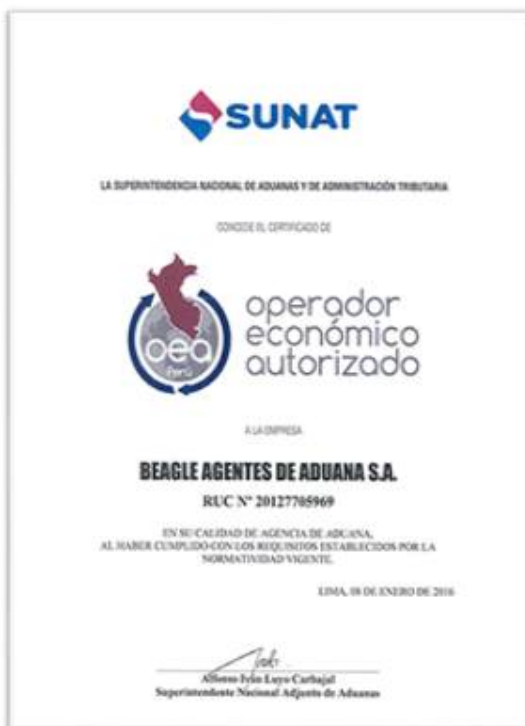
Imagen n° 37: Certificación BASC



Fuente: Pagina web de Beagle <http://beagle.com.pe/>

Beagle Agente de Aduanas S.A. es miembro de la Business Alliance Security Commerce, el cual fomenta un comercio internacional seguro, bajo un programa de cooperación entre el sector privado y organismos nacionales y extranjeros.

Imagen n°38: Obligaciones del operador de comercio exterior



OBLIGACIONES DEL OPERADOR DE COMERCIO EXTERIOR

- * Cumplir, mantener y adecuarse a los requisitos exigidos para la autorización.
- * Someterse al control aduanero, facilitar labores de reconocimiento, de inspección, de fiscalización o de cualquier acción de control dispuesta por la autoridad aduanera.
- * Proporcionar, exhibir o transmitir la información veraz y auténtica que permita indentificar la mercadería a su llegada o salida del país, en la forma y plazo establecidos.
- * Comparecer ante la autoridad aduanera cuando sean requeridos.
- * Almacenar y custodiar las mercancías que cuenten con documentación sustentatoria en lugares autorizados para cada fin, de acuerdo lo establezca la administración aduanera.
- * Contar y mantener la infraestructura física y adoptar medidas de seguridad necesarias que garanticen la integridad de la carga.

Fuente: Elaboración propia

Procedimiento operativo aduanero para la exportación

1. El despachador de aduanas transmite electrónicamente a la SIGAD los datos de la DAM provisional. Véase la imagen n°39.
2. Se ingresa la mercadería a la zona primaria (depósito aduanero temporal) con numero de reserva. Véase la imagen n°40.
3. Se realiza la recepción de la mercadería (registro electrónico con fecha y hora de ingreso, cantidad de bultos) por parte del depósito y se procede a la selección de canal de control. Esta información es transmitida y validada por la SIGAD. Dependiendo del canal (verde es listo para embarque, y rojo revisión física). Véase la imagen n°40.

4. De ser el caso en el canal rojo, se realiza el reconocimiento físico y el despachador presenta la toda documentación. Véase la imagen n°40.

5. Control de embarque de la mercadería, el transportista traslada la mercadería del punto del depósito temporal hacia el puerto. (en un plazo de hasta 30 días después de la numeración DAM). Véase la imagen n°40.

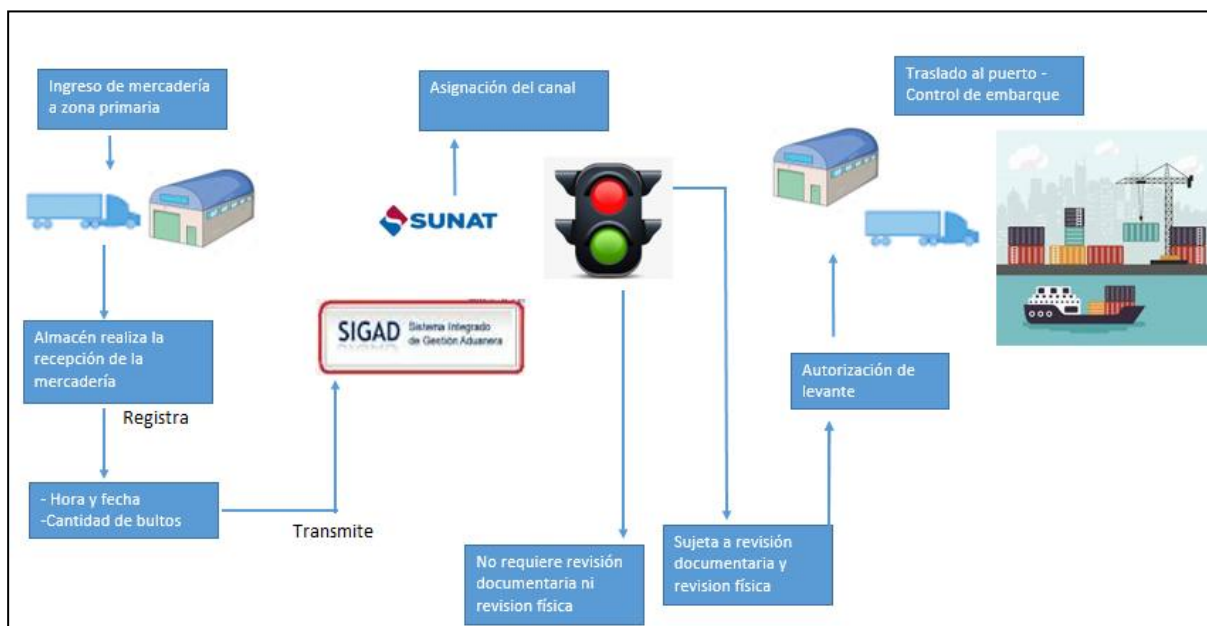
6. Regularización de los documentos ante Aduanas en un plazo de 30 días posterior al termino del embarque. En la imagen n°41, se muestra el proceso a seguir para la regularización del régimen.

Imagen n°39: Numeración de la declaración



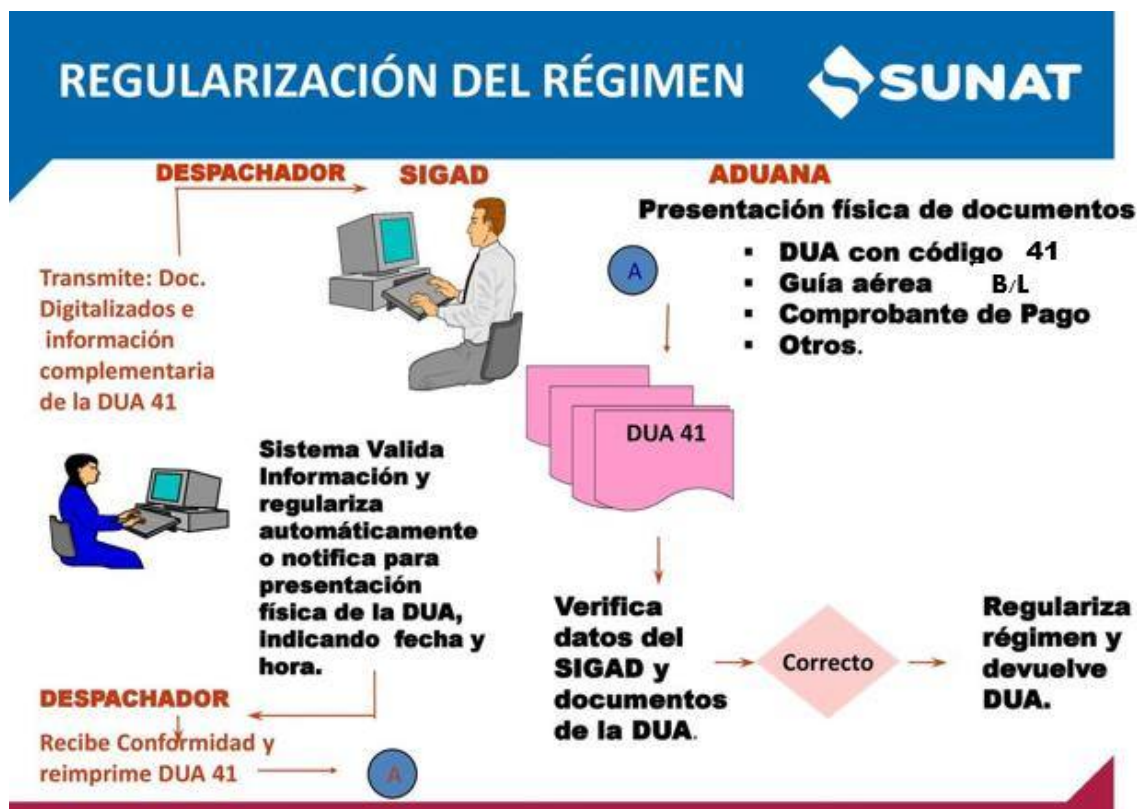
Fuente: SUNAT

Imagen n°40: Ingreso almacén aduanero – asignación de canal – control de embarque



Fuente: Elaboración propia

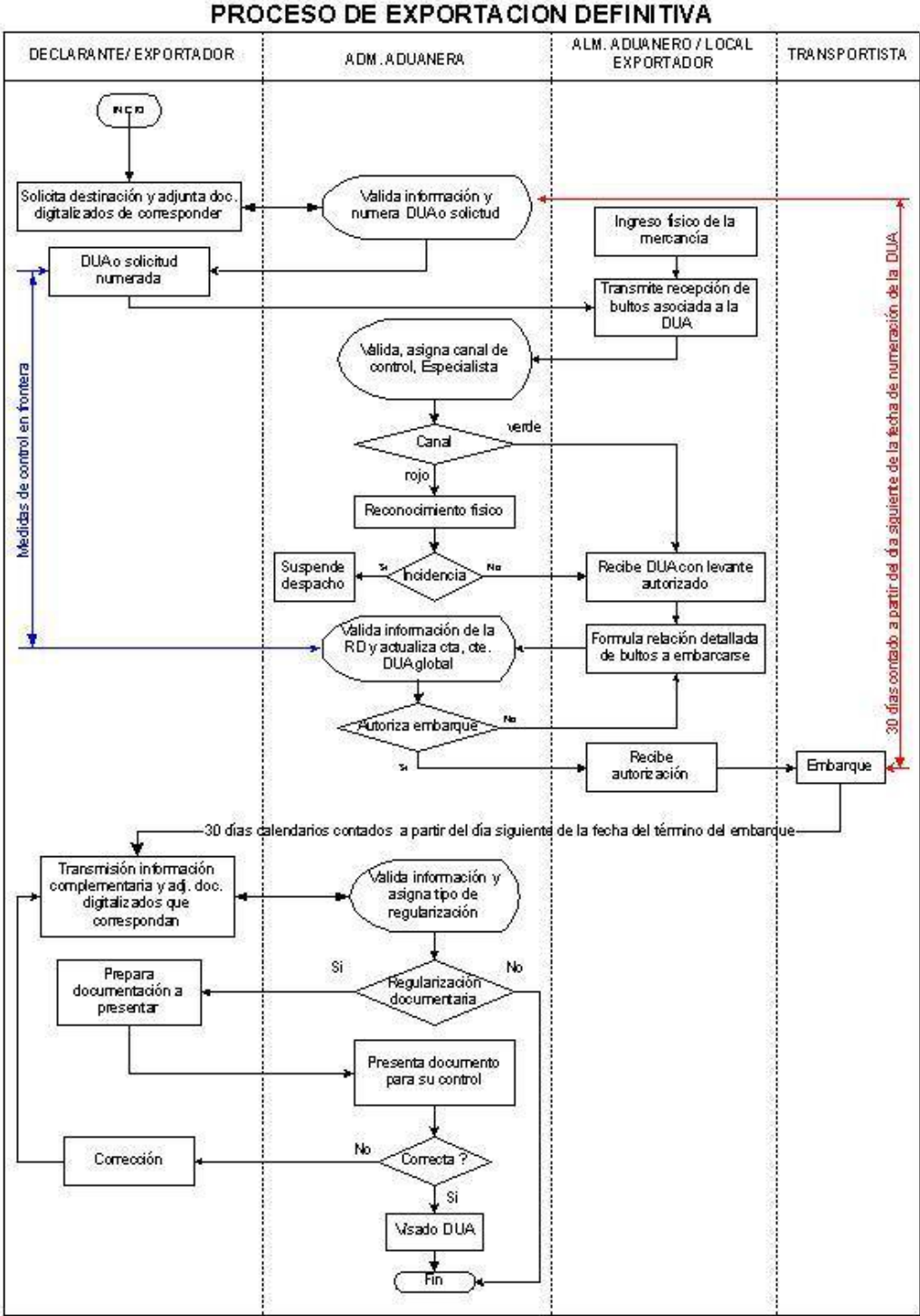
Imagen n°41: Regularización del régimen



Fuente: SUNAT

En las imágenes anteriores se grafica el procedimiento operativo de exportación, para una mejor percepción de los procedimientos que conlleva realizar la exportación.

Imagen n°42: Proceso de exportación definitiva

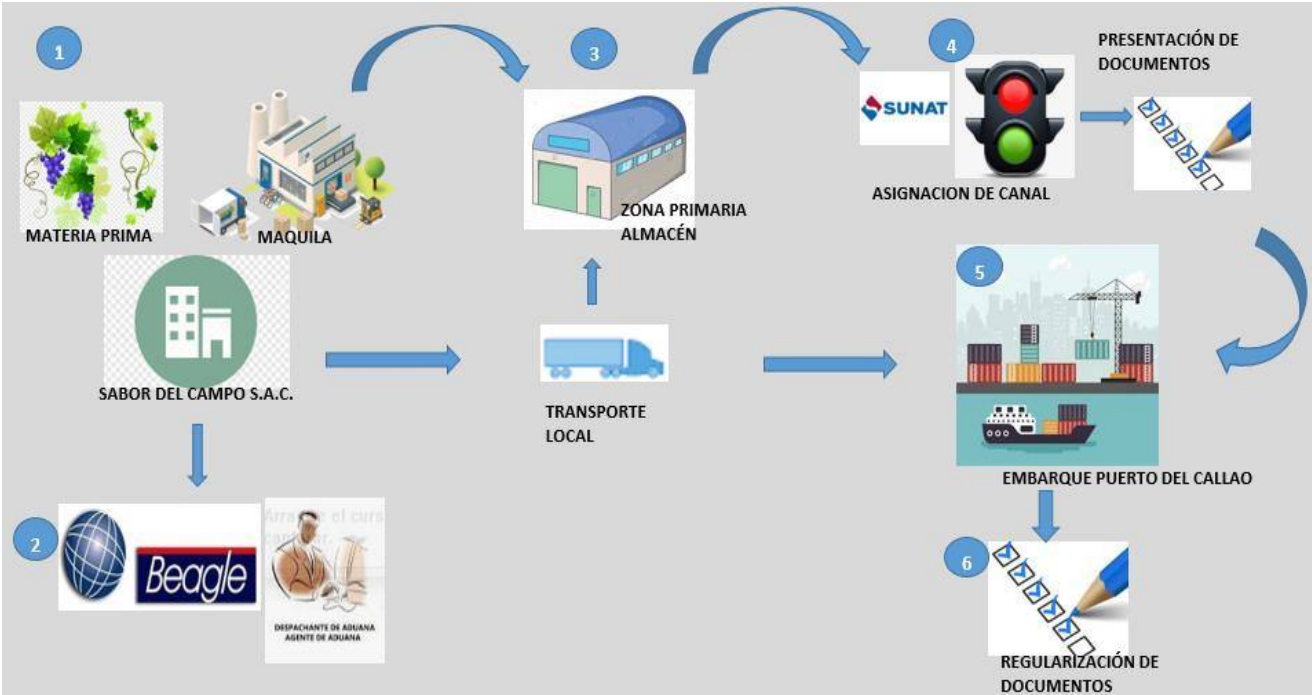


Fuente: SUNAT 2017

En la imagen n°42, se plasma el diagrama de exportación definitiva, según los alcances que brinda la autoridad competente nacional SUNAT. En el presente esquema se describe los pasos desde la instrucción de embarque de parte del exportador al operador logístico integral, hasta que se haga efectivo el embarque de la carga con la posterior regularización de documentos en el plazo establecido por Aduanas.

4.7 Gestión de las operaciones de exportación: Flujo grama

Imagen n°43: Flujograma de operaciones de exportación para Sabor del Campo



Fuente: Elaboración propia

En la imagen n°43, se muestra el flujograma de operaciones de exportación de las conservas de hoja de parra en salmuera al mercado de New York – Estados Unidos, el cual inicia desde el acopio de la materia prima, para su posterior transformación en la maquila, que una vez el producto terminado este listo incluyendo los certificados sea almacenado en las instalaciones de la empresa Sabor del Campo S.A.C.; paso

posterior coordinar con el operador logístico para transmisión de la información y traslado de la mercadería hasta el almacén aduanero; donde se realiza el aforo y la asignación de canal. Posterior se autoriza el levante de la mercadería, haciendo efectivo el traslado de la mercadería hacia el terminal marítimo para el embarque

V. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

En función al dimensionamiento de la capacidad productiva de las conservas de hojas de parra, para el proyecto se determinarán los bienes de capital que se utilizarán para poner en marcha las operaciones de exportación.

Así mismo se determinará la cantidad monetaria que se empleará para la producción (tercerización) y operaciones de exportación. De acuerdo a los ingresos y egresos del proyecto de negocio se analizarán los flujos de caja económico y financiero como el estado de ganancias de pérdidas, utilizando los indicadores se determinará si el proyecto de rentable y viable.

Cabe señalar que nuestra oferta al mercado destino es de 14, 400 conservas, realizando 4 operaciones de exportación al año, se obtiene una oferta exportadora de 57,600 conservas de hojas de parra.

5.1 Inversión Fija

5.1 1 Activos tangibles

Los activos tangibles requeridos para implementar y poner en funcionamiento la empresa, consta de adquisición de equipos de cómputo, bienes y muebles; así como de otros enseres para acondicionar las oficinas y el almacén.

Cabe señalar que no se está considerando la adquisición de terrenos ni bienes inmuebles debido a que por la naturaleza del negocio no lo amerita por el momento, la producción del producto será tercerizado y solo se requiere alquilar un espacio para el almacenamiento de los productos terminados.

La compra de una unidad vehicular y la estoca manual, corresponde a la movilización de la materia prima, materiales y productos terminados; a su vez la unidad generara ingresos adicionales.

Tabla n°51: Activos tangibles

| INVERSION DE ACTIVOS TANGIBLES | | | |
|---|-----------------|---------------|--------------------|
| DETALLE | CANTIDAD | PRECIO | V. TOTAL S/ |
| EQUIPO DE COMPUTO, BIENES Y MUEBLES | | | 140,184.00 |
| Computadoras | 3 | 1,770.00 | 5,310.00 |
| Impresora | 1 | 1,062.00 | 1,062.00 |
| Estoca manual | 1 | 1,770.00 | 1,770.00 |
| Furgón 10 TN | 1 | 129,800.00 | 129,800.00 |
| Muebles escritorio y sillas | 3 | 472.00 | 1,416.00 |
| Estanterías | 2 | 413.00 | 826.00 |
| OTROS IMPLEMENTOS | | | 1,581.20 |
| Extintores | 3 | 94.40 | 283.20 |
| Señaléticas para el almacén y oficina | 3 | 35.40 | 106.20 |
| Luces de emergencia | 3 | 106.20 | 318.60 |
| Linterna | 3 | 23.60 | 70.80 |
| Botiquín | 3 | 59.00 | 177.00 |
| Teléfono fijo | 1 | 82.60 | 82.60 |
| Ventilador | 1 | 118.00 | 118.00 |
| Microondas | 1 | 236.00 | 236.00 |
| Equipo de limpieza (escoba, balde, recogedor, tachos) | 2 | 94.40 | 188.80 |
| TOTAL INVERSION S/ | | | 141,765.20 |

Fuente: Elaboración propia

5.1.2 Activos intangibles

Los activos intangibles empiezan a sumar desde la constitución de la empresa, trámites ante la municipalidad distrital donde será nuestro centro de operaciones, tramites contables y legales, registro de marca ante INDECOPI, registro sanitario, creación de página web-hosting entre otros.

Tabla n°52: Activos intangibles

| INVERSION DE ACTIVOS INTANGIBLES | | | |
|---|-----------------|---------------|------------------------|
| DETALLE | CANTIDAD | PRECIO | V. TOTAL S/ |
| Constitución de la empresa | 1 | 1,770.00 | 1,770.00 |
| Licencia de funcionamiento | 1 | 140.42 | 140.42 |
| Inspección de defensa civil | 1 | 306.80 | 306.80 |
| Inscripción de planillas | 1 | 59.00 | 59.00 |
| Legalización de libros contables | 2 | 70.80 | 141.60 |
| Registro de marca ante Indecopi | 1 | 631.30 | 631.30 |
| Registro sanitario | 1 | 507.40 | 507.40 |
| Pozo a tierra | 1 | 1,770.00 | 1,770.00 |
| Conexión y habilitado eléctrico | 1 | 177.00 | 177.00 |
| División de oficinas | 2 | 354.00 | 708.00 |
| Creación de página web - hosting | 1 | 2,360.00 | 2,360.00 |
| TOTAL INVERSION S/ | | | 8,571.52 |

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 52, se establecen los ítems que componen los activos intangibles el cual nos señala un total de inversión de S/ 8,571.52.

5.2. Capital de Trabajo

El capital de trabajo necesario para cubrir los dos primeros meses de trabajo asciende al monto de S/ 74,137.74; dentro del capital de trabajo incluye los gastos de exportación que incurrirá nuestro primer envío hacia New York.

Tabla n°53: Capital de trabajo

| CAPITAL DE TRABAJO | CANTIDAD | P.U | TOTAL S/ |
|--------------------------------------|-----------------|------------|------------------|
| COSTO DEL PRODUCTO | | | 49,334.40 |
| Materia prima | 14400 | 1.58 | 22,809.60 |
| Terceización | 14400 | 0.90 | 12,960.00 |
| Envase | 14400 | 0.72 | 10,368.00 |
| Caja doble corrugada c/ separadores | 600 | 1.87 | 1,123.20 |
| Stickers | 14400 | 0.14 | 2,073.60 |
| COSTOS FIJOS | | | 16,022.34 |
| Planilla | 2 meses | 7,039.17 | 14,078.34 |
| Alquiler | 2 meses | 354.00 | 708.00 |
| Servicios básicos | 2 meses | 83.00 | 166.00 |
| Servicios contables | 2 meses | 300.00 | 600.00 |
| Internet móvil | 2 meses | 106.00 | 212.00 |
| Útiles de Oficina | 2 meses | 94.00 | 188.00 |
| Útiles de Limpieza | 2 meses | 35.00 | 70.00 |
| GASTOS DE EXPORTACIÓN | | | 4,385.00 |
| Combustible | 2 meses | | 200.00 |
| Paletización | | | 200.00 |
| Seguro interno | | | 260.00 |
| Emisión de b/l | | | 100.00 |
| Estiba y desestiba | | | 300.00 |
| Transporte local | | | 600.00 |
| Deposito temporal | | | 360.00 |
| Gastos operativos | | | 220.00 |
| Gastos administrativos | | | 220.00 |
| Comisión agente aduanas | | | 350.00 |
| Visto bueno | | | 100.00 |
| Aforo | | | 270.00 |
| Gastos portuarios | | | 1,000.00 |
| Certificado de Origen | | | 80.00 |
| Certificado Sanitario de exportación | | | 35.00 |
| Certificado de calidad SGS | | | 90.00 |
| GASTOS FINANCIEROS | | | 500.00 |
| GASTOS DE VENTAS | | | 4,100.00 |
| Bróker | | | 4,000.00 |
| Envío de muestra | | | 100.00 |
| | | | 74,341.74 |

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 53, se detallan todos los gastos desglosados que componen el capital de trabajo de Sabor del Campo S.A.C.

5.3. Inversión Total

Como ya tenemos los montos de los activos tangibles, activos intangibles y de capital de trabajo podemos tener el monto total de inversión para determinar los aportes de cada socio y se utilizara el financiamiento bancario.

Tabla n°54: Inversión total

| INVERSION TOTAL | |
|------------------------|-------------------|
| Activos Tangibles | 141,765.20 |
| Activos Intangibles | 8,571.52 |
| Capital de trabajo | 74,341.74 |
| Monto total S/ | 224,678.46 |

Fuente: Elaboración propia

El monto total de inversión para la empresa Sabor del Campo S.A.C. es S/ 224,678.46, monto que líneas abajo se hará la determinación de las fuentes de financiamiento.

5.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

En la tabla 54, se determinó la inversión total de S/ 224,474.46, siendo conveniente redondear el monto a S/ 225,000, por si surge en el camino algún gasto imprevisto.

El financiamiento va estar distribuido de la siguiente forma:

Tabla n°55: Estructura de la inversión y el financiamiento

| ESTRUCTURA DE LA INVERSION Y EL FINANCIAMIENTO | | |
|---|-------------|----------------|
| CATEGORIA | % | MONTO S/ |
| APORTE PROPIO | 50% | 112,500 |
| SOCIO | 30.00% | 67,500 |
| FINANCIAMIENTO BANCARIO | 20.00% | 45,000 |
| MONTO TOTAL | 100% | 225,000 |

Fuente: Elaboración propia

El financiamiento va constar de un 50% por aporte propio, 30% por parte del socio y 20% de financiamiento bancario.

Tabla n°56: Financiamiento bancario

| PRÉSTAMO | |
|-----------------|--------------|
| Monto | S/ 45,000 |
| Cuotas | 36 |
| Tasa mensual | 1.24% |
| Cuotas mensual | S/. 1,558.49 |
| TEA | 16% |

Fuente: Elaboración propia

Tabla n°57: Flujo de amortización de deuda

| FLUJO DE AMORTIZACION DE DEUDA | | | | | ACUMULADO | |
|--------------------------------|-------------------|------------------|------------------|-----------|-----------|-----------|
| Número cuota | Valor de la Cuota | Intereses | Capital | Saldo | CAPITAL | INTERESES |
| | | | | 45000 | | |
| 1 | 1,558.49 | 560.03 | 998.46 | 44,001.54 | | |
| 2 | 1,558.49 | 547.61 | 1,010.88 | 42,990.66 | | |
| 3 | 1,558.49 | 535.02 | 1,023.46 | 41,967.19 | | |
| 4 | 1,558.49 | 522.29 | 1,036.20 | 40,930.99 | | |
| 5 | 1,558.49 | 509.39 | 1,049.10 | 39,881.89 | | |
| 6 | 1,558.49 | 496.34 | 1,062.15 | 38,819.74 | | |
| 7 | 1,558.49 | 483.12 | 1,075.37 | 37,744.37 | | |
| 8 | 1,558.49 | 469.73 | 1,088.76 | 36,655.61 | | |
| 9 | 1,558.49 | 456.18 | 1,102.31 | 35,553.31 | | |
| 10 | 1,558.49 | 442.47 | 1,116.02 | 34,437.28 | | |
| 11 | 1,558.49 | 428.58 | 1,129.91 | 33,307.37 | | |
| 12 | 1,558.49 | 414.51 | 1,143.97 | 32,163.40 | 12,836.60 | 5,865.27 |
| 13 | 1,558.49 | 400.28 | 1,158.21 | 31,005.18 | | |
| 14 | 1,558.49 | 385.86 | 1,172.63 | 29,832.56 | | |
| 15 | 1,558.49 | 371.27 | 1,187.22 | 28,645.34 | | |
| 16 | 1,558.49 | 356.50 | 1,201.99 | 27,443.35 | | |
| 17 | 1,558.49 | 341.54 | 1,216.95 | 26,226.39 | | |
| 18 | 1,558.49 | 326.39 | 1,232.10 | 24,994.29 | | |
| 19 | 1,558.49 | 311.06 | 1,247.43 | 23,746.86 | | |
| 20 | 1,558.49 | 295.53 | 1,262.96 | 22,483.91 | | |
| 21 | 1,558.49 | 279.82 | 1,278.67 | 21,205.23 | | |
| 22 | 1,558.49 | 263.90 | 1,294.59 | 19,910.64 | | |
| 23 | 1,558.49 | 247.79 | 1,310.70 | 18,599.95 | | |
| 24 | 1,558.49 | 231.48 | 1,327.01 | 17,272.93 | 14,890.46 | 3,811.41 |
| 25 | 1,558.49 | 214.96 | 1,343.53 | 15,929.41 | | |
| 26 | 1,558.49 | 198.24 | 1,360.25 | 14,569.16 | | |
| 27 | 1,558.49 | 181.32 | 1,377.17 | 13,191.99 | | |
| 28 | 1,558.49 | 164.18 | 1,394.31 | 11,797.68 | | |
| 29 | 1,558.49 | 146.82 | 1,411.67 | 10,386.01 | | |
| 30 | 1,558.49 | 129.26 | 1,429.23 | 8,956.78 | | |
| 31 | 1,558.49 | 111.47 | 1,447.02 | 7,509.76 | | |
| 32 | 1,558.49 | 93.46 | 1,465.03 | 6,044.73 | | |
| 33 | 1,558.49 | 75.23 | 1,483.26 | 4,561.46 | | |
| 34 | 1,558.49 | 56.77 | 1,501.72 | 3,059.74 | | |
| 35 | 1,558.49 | 38.08 | 1,520.41 | 1,539.33 | | |
| 36 | 1,558.49 | 19.16 | 1,539.33 | (0.00) | 17,272.93 | 1,428.94 |
| | 56,105.62 | 11,105.62 | 45,000.00 | | | |

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la tabla 56 y 57, el financiamiento bancario requerido tiene una tasa anual de 16%, tasa mensual de 1.24% por el periodo de 36 meses o 3 años, el préstamo genera un interés de S/ 11,105.62.

Cabe señalar que, al ser una empresa recién constituida, y no tener historia como persona jurídica, la tasa de interés al que se otorga el préstamo es elevado.

5.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito

Para determinar el banco con el cual realizaríamos el financiamiento se analizaron los bancos que se encuentran dentro de la base de datos de la SBS, en el cual muestran las tasas de préstamos referenciales.

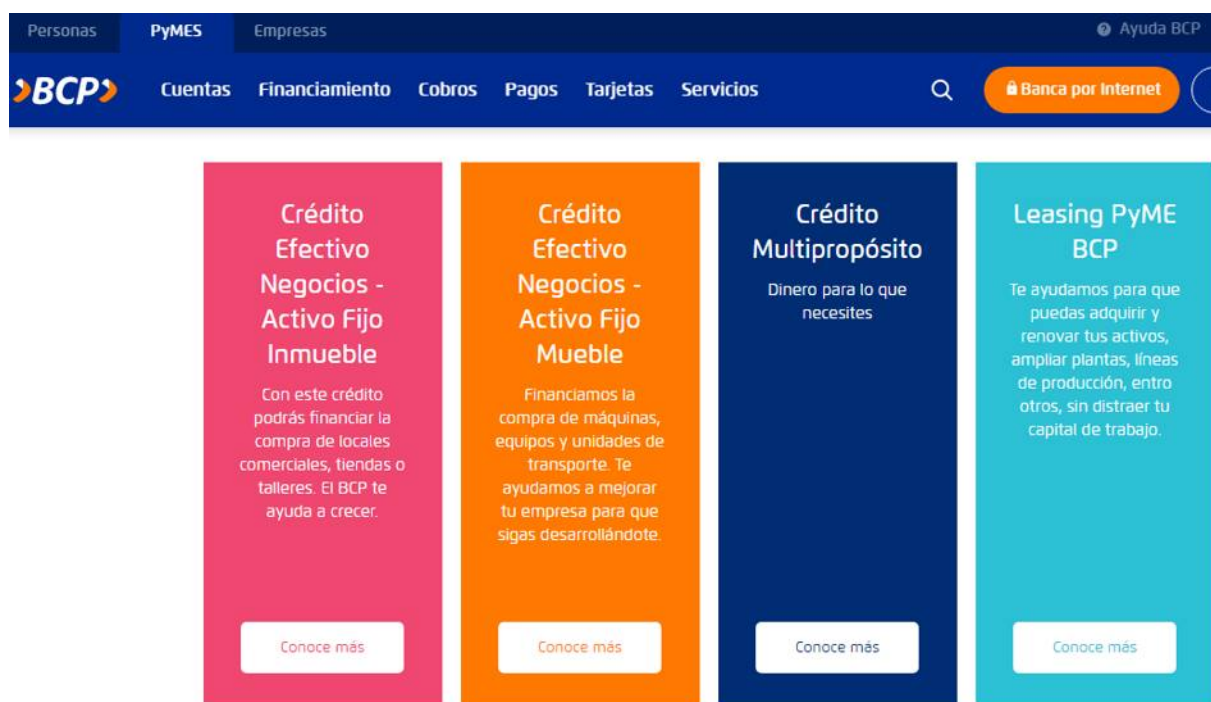
Imagen n°44: Tasas Activas Anuales de las Operaciones en Moneda Nacional Realizadas en los Últimos 30 Días Útiles Por Tipo de Crédito

| Tasa Anual (%) | BBVA | Comercio | Crédito | Pichincha | BIF | Scotiabank | Citibank | Interbank | Mibanco | GNB | Falabella | Santander | Ripley | Azteca |
|-----------------------------|-------|----------|---------|-----------|-------|------------|----------|-----------|---------|------|-----------|-----------|--------|--------|
| Corporativos | 2.04 | - | 2.38 | 4.60 | 2.75 | 1.62 | - | 2.51 | - | 3.00 | - | 4.92 | - | - |
| Descuentos | 2.77 | - | 2.61 | 4.48 | 4.16 | 3.88 | - | 4.71 | - | - | - | 4.67 | - | - |
| Préstamos hasta 30 días | 0.82 | - | 1.72 | - | 2.05 | 0.37 | - | 1.76 | - | - | - | - | - | - |
| Préstamos de 31 a 90 días | 2.71 | - | 1.29 | 5.53 | 3.55 | 3.28 | - | 1.33 | - | 3.00 | - | 5.90 | - | - |
| Préstamos de 91 a 180 días | 2.24 | - | 3.84 | 4.94 | 2.70 | 1.00 | - | 1.50 | - | - | - | 2.23 | - | - |
| Préstamos de 181 a 360 días | 1.52 | - | 2.45 | - | - | 5.50 | - | 0.72 | - | - | - | 4.75 | - | - |
| Préstamos a más de 360 días | 3.76 | - | 3.58 | 1.99 | 1.94 | 2.44 | - | 4.46 | - | - | - | 8.50 | - | - |
| Grandes Empresas | 4.29 | 9.06 | 4.49 | 5.74 | 5.65 | 4.61 | 2.01 | 4.53 | - | - | - | 5.49 | - | - |
| Descuentos | 7.91 | - | 5.26 | 6.80 | 4.75 | 5.02 | - | 5.36 | - | - | - | 4.96 | - | - |
| Préstamos hasta 30 días | 1.30 | 10.00 | 5.47 | 4.92 | 6.35 | 6.65 | 4.79 | 6.51 | - | - | - | 5.80 | - | - |
| Préstamos de 31 a 90 días | 3.78 | 9.74 | 5.15 | 5.55 | 5.31 | 4.26 | 1.11 | 3.88 | - | - | - | 6.46 | - | - |
| Préstamos de 91 a 180 días | 4.48 | 7.50 | 3.62 | 6.02 | 6.60 | 4.25 | 0.69 | 2.87 | - | - | - | 6.37 | - | - |
| Préstamos de 181 a 360 días | 3.72 | - | 2.47 | 10.09 | 8.50 | 6.21 | - | 0.45 | - | - | - | 7.27 | - | - |
| Préstamos a más de 360 días | 4.59 | 1.00 | 4.46 | 3.31 | 6.98 | 4.53 | - | 4.36 | - | - | - | - | - | - |
| Medianas Empresas | 4.17 | 3.46 | 6.55 | 7.94 | 5.67 | 7.37 | 3.81 | 6.62 | 13.58 | - | - | 5.23 | - | - |
| Descuentos | 9.22 | 11.46 | 8.89 | 7.91 | 8.12 | 8.14 | - | 6.93 | - | - | - | 5.07 | - | - |
| Préstamos hasta 30 días | 9.84 | - | 8.55 | 6.52 | 8.10 | 7.91 | - | 5.02 | - | - | - | 4.81 | - | - |
| Préstamos de 31 a 90 días | 8.68 | 14.00 | 8.30 | 7.51 | 8.36 | 8.59 | 3.71 | 7.44 | 15.94 | - | - | 3.40 | - | - |
| Préstamos de 91 a 180 días | 7.88 | 11.49 | 8.10 | 8.15 | 3.66 | 8.60 | - | 6.78 | 17.82 | - | - | 5.60 | - | - |
| Préstamos de 181 a 360 días | 1.31 | - | 7.25 | 11.70 | 8.86 | 9.44 | - | 8.37 | 16.29 | - | - | 5.22 | - | - |
| Préstamos a más de 360 días | 5.03 | 1.24 | 5.63 | 9.05 | 4.76 | 6.29 | 4.01 | 6.21 | 11.65 | - | - | 5.90 | - | - |
| Pequeñas Empresas | 6.26 | 1.00 | 12.80 | 20.76 | 8.11 | 6.60 | 3.78 | 9.99 | 20.34 | - | - | - | - | - |
| Descuentos | 10.15 | - | 14.44 | 14.60 | 10.90 | 10.55 | - | 8.57 | - | - | - | - | - | - |
| Préstamos hasta 30 días | 11.57 | - | 8.69 | 39.10 | - | 2.77 | - | - | 20.56 | - | - | - | - | - |
| Préstamos de 31 a 90 días | 11.79 | - | 6.87 | 16.14 | 10.22 | 10.69 | 3.78 | 7.50 | 28.65 | - | - | - | - | - |
| Préstamos de 91 a 180 días | 13.08 | - | 10.00 | 21.77 | 8.53 | 10.68 | - | 16.00 | 26.49 | - | - | - | - | - |
| Préstamos de 181 a 360 días | 14.06 | - | 9.72 | 26.38 | 12.50 | 10.40 | - | 29.46 | 24.58 | - | - | - | - | - |
| Préstamos a más de 360 días | 4.91 | 1.00 | 12.93 | 20.74 | 6.25 | 6.49 | - | 9.67 | 19.21 | - | - | - | - | - |
| Microempresas | 14.06 | 1.00 | 16.11 | 30.18 | 10.60 | 5.12 | - | 7.10 | 30.33 | - | - | - | - | - |
| Tarjetas de Crédito | 35.40 | - | 25.48 | 41.83 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Descuentos | 11.85 | - | 18.58 | 9.29 | - | 7.90 | - | 10.63 | - | - | - | - | - | - |
| Préstamos Revolventes | - | - | - | - | 10.60 | - | - | 6.39 | - | - | - | - | - | - |

Fuente: SBS

En la imagen 44, se observa que el Banco de Crédito ofrece una menor tasa anual en comparación con el banco BBVA, Pichincha, Banco de Comercio, BIF, Scotiabank entre otros.

Imagen n°45: Tipos de crédito del BCP



Fuente: BCP

De acuerdo a las facilidades y flexibilidades que brinda el Banco de Crédito, se decidió requerir el préstamo de S/45,000, este financiamiento tiene un porcentaje anual de 16 %, el cual en comparación al porcentaje reflejado en el portal de la SBS es mayor, esto debido a que la empresa está recién empezando sus operaciones. Pero a pesar de ello el BCP en comparación con los demás bancos aún sigue brindando la menor tasa anual de financiamiento.

5.6. Presupuesto de costos

La empresa para llevar a cabo las operaciones de comerciales y de exportación, incurre en costos fijos y variables. Dentro de los costos variables está el costo de

producción de hojas de parra en conserva, y los costos de comercialización; por otro lado, tenemos los costos fijos que están conformados por las planillas y los costos administrativos.

Costos Variables

A continuación, la tabla, muestra el costo de producción por exportación, siendo que la empresa va a realizar 4 exportaciones al año se tiene un valor anual de S/ 167,235.25 por costo de producción.

Tabla n°58: Costo de producción de hojas de parra en conserva

| AÑO 2021 | | | |
|--|----------------|----------------------------------|----------------------------------|
| COSTO DE PRODUCCIÓN | P.U. S/ | V. TOTAL DE PRODUCCIÓN S/ | V. ANUAL DE PRODUCCIÓN S/ |
| Materia prima | 1.34 | 19,330.17 | 77,320.68 |
| Tercerización | 0.76 | 10,983.05 | 43,932.20 |
| Envase | 0.61 | 8,786.44 | 35,145.76 |
| Caja doble corrugada c/ separadores | 1.59 | 951.86 | 3,8507.46 |
| Stickers | 0.12 | 1,757.29 | 7,029.15 |
| COSTO TOTAL S/. | | 41,808.81 | 167,235.25 |

Fuente: Elaboración propia

En tanto los costos de comercialización constituidos por gastos de exportación y gastos de venta tienen un valor anual de S/ 33,749.15.

Tabla n°59: Costo de comercialización

| AÑO 2021 | |
|--------------------------------------|--------------------|
| COSTO DE COMERCIALIZACIÓN | COSTO ANUAL |
| GASTOS DE EXPORTACIÓN | 19,850.85 |
| Combustible | 3,969.49 |
| Paletización | 677.97 |
| Seguro interno | 881.36 |
| Emisión de b/l | 338.98 |
| Estiba y desestiba | 1,016.95 |
| Transporte local | 2,033.90 |
| Deposito temporal | 1,220.34 |
| Gastos operativos | 745.76 |
| Gastos administrativos | 745.76 |
| Comisión agente aduanas | 1,186.44 |
| Visto bueno | 338.98 |
| Aforo | 915.25 |
| Gastos portuarios | 3,389.83 |
| Certificado de Origen | 271.19 |
| Certificado Sanitario de exportación | 118.64 |
| Certificado de calidad SGS | 305.08 |
| Comisión bancaria | 1,694.92 |
| GASTOS DE VENTAS | 13,898.31 |
| Bróker | 13,559.32 |
| Envío de muestra | 338.98 |
| COSTO TOTAL S/. | 33,749.15 |

Fuente: Elaboración propia

Costos Fijos

Los costos fijos para la empresa van a estar conformados por los gastos de la planilla del personal y los costos administrativos.

Tabla n°60: Planilla

| PLANILLA MICROEMPRESA | REGIMEN | RETRIB. ECON. MENS | AÑO 2021 | | | | MENSUAL S/ |
|---------------------------------|---------|--------------------------|----------------------------|-----|------------|---------------|-----------------|
| | | | RETRIB. ECONO. ANUAL | SIS | VACACIONES | ANUAL S/ | |
| Gerente General - Administrador | | 2,000 | 24,000 | 180 | 1,000 | 25,180 | 2,098 |
| Ingeniero de operaciones | | 1,800 | 21,600 | 180 | 900 | 22,680 | 1,890 |
| Ejecutivo de ventas | | 1,600 | 19,200 | 180 | 800 | 20,180 | 1,682 |
| Conductor | | 1,300 | 15,600 | 180 | 650 | 16,430 | 1,369 |
| TOTAL S/. | | | | | | 84,470 | 7,039.17 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla n°61: Costos Administrativos

| AÑO 2021 | | |
|------------------------|-----------------|------------------|
| COSTOS ADMINISTRATIVOS | COSTO MENSUAL | COSTO ANUAL |
| Planilla | 7,039.17 | 84,470.04 |
| Alquiler | 300.00 | 3,600.00 |
| Servicios básicos | 70.00 | 840.00 |
| Servicios contables | 300.00 | 3,600.00 |
| Internet móvil | 90.00 | 1,080.00 |
| Útiles de Oficina | 80.00 | 960.00 |
| Útiles de Limpieza | 30.00 | 360.00 |
| COSTO TOTAL S/. | 7,909.17 | 94,910.04 |

Fuente: Elaboración propia

5.7. Punto de Equilibrio

De acuerdo al producto ofrecido al mercado, se toma en cuenta el punto de equilibrio en unidades monetarias, considerando el criterio de $IT = CT$, para determinar los niveles mínimos de venta para no fracasar.

Tabla n°62: Punto de equilibrio en soles

| | AÑOS | | | | |
|-------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2021 | 2022 | 2023 | 2023 | 2025 |
| Punto de equilibrio en soles | 301,760 | 297,186 | 304,849 | 313,274 | 322,347 |
| Costos fijos | 94,910 | 95,510 | 96,830 | 103,030 | 104,280 |
| Costos variables | 200,984 | 197,864 | 206,590 | 210,244 | 218,067 |
| Intereses bancario | 5,865 | 3,811 | 1,429 | | |
| Ventas totales en soles | 401,160 | 422,658 | 438,991 | 456,036 | 472,488 |

Fuente: Elaboración propia

De la tabla 62, se muestra el punto de equilibrio en soles, el cual se obtiene de $IT=CT$; y $CT=CV+CF$.

Donde:

IT: Ventas totales

CT: Costos totales

CV: Costos variables

CF: Costos fijos

Volviendo a la tabla 62, al analizar las ventas en soles contra los costos fijos y variables se obtiene que el punto de equilibrio es menor a los ingresos percibidos, generando ganancias a la empresa.

Ahora analizaremos el punto de equilibrio desde el punto de vista en unidades.

Tabla n°63: Punto de equilibrio en soles

| | AÑOS | | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Costos variables | 200,984 | 197,864 | 206,590 | 210,244 | 218,067 |
| Costos fijos | 94,910 | 95,510 | 96,830 | 103,030 | 104,280 |
| Cantidad anual de exportación | 57,600 | 59,328 | 61,056 | 62,800 | 64,704 |
| Total de costo variable por unidad | 3.49 | 3.34 | 3.38 | 3.35 | 3.37 |
| Precio de venta por unidad | 6.60 | 6.61 | 6.62 | 6.62 | 6.63 |
| Margen de contribución unitario | 3.11 | 3.27 | 3.24 | 3.27 | 3.26 |
| Punto de equilibrio en unidades | 30,511 | 29,164 | 29,919 | 31,487 | 31,990 |

Fuente: Elaboración propia

De la tabla 63, muestra la cantidad en unidades necesarias que se requiere vender para que la empresa no tenga perdidas ni ganancias, superar el punto de equilibrio hará que el negocio obtenga mayores ganancias, y según las proyecciones de venta para los 5 años, los niveles de venta superar al punto de equilibrio.

5.8. Tributación de la exportación

La exportación a través del programa de incentivo a las exportaciones no está afecta al pago de IGV o de algún otro impuesto, por otro lado, el IGV acumulado en las diferentes etapas de producción es restituido a petición del exportador o ser usado como crédito fiscal.

5.9. Presupuesto de ingresos

El presupuesto de ingresos para Sabor del Campo S.A.C., va a estar constituido por los ingresos operativos y los ingresos no operativos, donde el primero está representado por la venta y exportación de las hojas de parra en conserva. La tabla, refleja los ingresos operativos durante los años 2021 al 2025.

Tabla n°64: Ingresos operativos -ingresos anuales por la venta de conservas de hojas de parra

| INGRESOS OPERATIVOS | AÑOS | | | | |
|-----------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| DETALLE | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Precio Conserva S/ | 6.60 | 6.61 | 6.62 | 6.62 | 6.63 |
| Cantidad frascos de 500 gr | 57,600 | 59,328 | 61,056 | 62,800 | 64,704 |
| Total Ingresos producto S/ | 380,160 | 392,158 | 404,191 | 415,736 | 428,988 |

Fuente: Elaboración propia

Como segunda fuente de ingresos por servicios de transporte el cual es considerado ingreso no operativo, se obtiene de los servicios que ofrece la empresa para obtener ingresos monetarios en los meses que no se realizan exportaciones. De acuerdo a la naturaleza de las operaciones de la unidad vehicular que lleva y recoge materia prima, insumos, materia terminada y está en contacto en el tema de carga, se aprovecha este conocimiento para brindar el servicio de transporte de carga.

Tabla n°65: Ingresos no operativos – servicio de transporte

| INGRESOS NO OPERATIVOS | AÑOS | | | | |
|----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Servicio de transporte | 24,780 | 35,990 | 41,064 | 47,554 | 51,330 |
| Total Ingresos inc IGV S/ | 24,780 | 35,990 | 41,064 | 47,554 | 51,330 |

Fuente: Elaboración propia

5.10 Presupuesto de egresos

El presupuesto de egresos esta conformados por los costos fijos y costos variables que incurren para producir y exportar las hojas de parra en conserva.

Tabla n°66: Presupuesto de egresos

| DETALLE | AÑOS | | | | |
|-----------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Costos fijos | 94,910 | 95,510 | 96,830 | 103,030 | 104,280 |
| Costos Variables | 200,984 | 197,864 | 206,590 | 210,244 | 218,067 |
| Intereses | 5,865 | 3,811 | 1,429 | - | - |
| Depreciación | 12,760 | 12,760 | 12,760 | 12,760 | 12,760 |
| Amortización intangible | 1,043 | 1,043 | 1,043 | 1,043 | 1,043 |
| TOTAL DE EGRESOS S/. | 315,563 | 310,989 | 318,652 | 327,077 | 336,150 |

Fuente: Elaboración propia

5.11. Flujo de caja proyectado

Teniendo ya desarrollado los cuadros anteriores, se hará la recopilación de los datos para presentar los flujos de caja, tanto económico como el financiero. Para la elaboración del flujo de caja económico no se considera el financiamiento de la inversión inicial.

Tabla n°67: Flujo de caja económico

| CONCEPTO | AÑOS | | | | | | |
|--------------------------------|-------|------------------|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| INGRESOS | | | 401,160 | 422,658 | 438,991 | 456,036 | 472,488 |
| Ingresos operativos | | | 380,160 | 392,158 | 404,191 | 415,736 | 428,988 |
| Ingresos no operativos | | | 21,000 | 30,500 | 34,800 | 40,300 | 43,500 |
| COSTO Y GASTOS | | | 309,697 | 307,177 | 317,223 | 327,077 | 336,150 |
| Costos fijos | | | 94,910 | 95,510 | 96,830 | 103,030 | 104,280 |
| Costos Variables | | | 200,984 | 197,864 | 206,590 | 210,244 | 218,067 |
| Depreciación | | | 12,760 | 12,760 | 12,760 | 12,760 | 12,760 |
| Amortización intangible | | | 1,043 | 1,043 | 1,043 | 1,043 | 1,043 |
| UTILIDAD OPERATIVA | | | 91,463 | 115,481 | 121,767 | 128,959 | 136,338 |
| Impuesto renta | 1.5 % | | 6,017 | 6,340 | 6,585 | 6,841 | 7,087 |
| UTILIDAD NETA | | | 85,445 | 109,141 | 115,183 | 122,118 | 129,251 |
| Depreciación | | | 12,760 | 12,760 | 12,760 | 12,760 | 12,760 |
| Amortización intangible | | | 1,043 | 1,043 | 1,043 | 1,043 | 1,043 |
| Valor Residual | | | | | | | 55,000 |
| Inversiones | | (215,620) | - | - | - | - | - |
| FLUJO DE CAJA ECONOMICO | | (215,620) | 99,248 | 122,944 | 128,986 | 135,921 | 198,054 |
| FCF ACUMULADO | | (215,620) | (116,372) | 6,572 | 135,558 | 271,479 | 469,532 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla n°68: Flujo de caja financiero

| CONCEPTO | AÑOS | | | | | |
|---------------------------------|------------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| INGRESOS | | 401,160 | 422,658 | 438,991 | 456,036 | 472,488 |
| Ingresos operativos | | 380,160 | 392,158 | 404,191 | 415,736 | 428,988 |
| Ingresos no operativos | | 21,000 | 30,500 | 34,800 | 40,300 | 43,500 |
| COSTO Y GASTOS | | 315,563 | 310,989 | 318,652 | 327,077 | 336,150 |
| Costos fijos | | 94,910 | 95,510 | 96,830 | 103,030 | 104,280 |
| Costos Variables | | 200,984 | 197,864 | 206,590 | 210,244 | 218,067 |
| Intereses | | 5,865 | 3,811 | 1,429 | | |
| Depreciación | | 12,760 | 12,760 | 12,760 | 12,760 | 12,760 |
| Amortización intangible | | 1,043 | 1,043 | 1,043 | 1,043 | 1,043 |
| UTILIDAD OPERATIVA | | 85,597 | 111,669 | 120,339 | 128,959 | 136,338 |
| Impuesto renta 1.5 % | | 6,017 | 6,340 | 6,585 | 6,841 | 7,087 |
| UTILIDAD NETA | | 79,580 | 105,329 | 113,754 | 122,118 | 129,251 |
| Depreciación | | 12,760 | 12,760 | 12,760 | 12,760 | 12,760 |
| Amortización intangible | | 1043 | 1043 | 1043 | 1043 | 1043 |
| Valor Residual | | | | | | 55,000 |
| Amortización | | (12,837) | (14,890) | (17,273) | | |
| Inversiones | (215,620) | - | - | - | - | - |
| Préstamo | 45,000 | | | | | |
| FLUJO DE CAJA FINANCIERO | (170,620) | 80,546 | 104,242 | 110,284 | 135,921 | 198,054 |
| FCF ACUMULADO | (170,620) | (90,074) | 14,168 | 124,452 | 260,373 | 458,427 |

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 68, para la elaboración del flujo de caja financiero se considera el préstamo bancario, y los intereses que devenga de ello.

5.12. Estado de Ganancias y Pérdida

El estado de ganancias y pérdidas es el estado de resultados, en el cual se logra visualizar si hubo ganancias (utilidades) o pérdidas dentro de un determinado periodo.

Para ello se considera 5 años, donde el año 1 empieza en el 2021 al año 5 que es 2025.

Este estado financiero está conformado por los siguientes:

- Ventas netas
- Otros ingresos operacionales
- Costo de ventas
- Otros costos operacionales
- Gasto de ventas
- Gastos de administración
- Ganancias-pérdidas por venta activos
- Otros ingresos
- Otros gastos
- Ingresos financieros
- Gastos financieros

Tabla n°69: Estado de ganancias y pérdidas

| RECURSOS | Expresado en Soles por año | | | | |
|----------------------------|----------------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|
| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| (+) VENTAS NETAS | 380,160 | 392,158 | 404,191 | 415,736 | 428,988 |
| (-) COSTO DE VENTAS | 167,235 | 197,864 | 206,590 | 210,244 | 218,067 |
| UTILIDAD BRUTA | 212,925 | 194,294 | 197,600 | 205,492 | 210,921 |
| (-) GASTOS ADMINISTRATIVOS | 90,110 | 90,710 | 90,710 | 95,710 | 96,960 |
| (-) GASTOS DE VENTAS | 33,749 | 25,612 | 29,170 | 27,502 | 29,842 |
| (-) DEPRECIACIÓN | 12,760 | 12,760 | 12,760 | 12,760 | 12,760 |
| UTILIDAD OPERATIVA | 76,306 | 65,212 | 64,960 | 69,520 | 71,359 |
| (+) INGRESOS FINANCIEROS | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| (+) INGRESOS VARIOS | 21,000 | 30,500 | 34,800 | 40,300 | 43,500 |
| (-) GASTOS FINANCIEROS | 5,865 | 3,811 | 1,429 | | |
| (-) GASTOS VARIOS | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| UTILIDAD ANTES IMPUESTO | 91,440 | 91,900 | 98,331 | 109,820 | 114,859 |
| (-) IMPUESTO A LA RENTA | 1,372 | 1,379 | 1,475 | 1,647 | 1,723 |
| UTILIDAD NETA S/. | 90,069 | 90,522 | 96,856 | 108,172 | 113,136 |

Fuente: Elaboración propia

El resultado que muestra la tabla 69, es de ganancias desde el primer año con una utilidad neta de S/ 90, 069; para el segundo año se tienen S/ 90,522; en el tercer año S/96,856; el cuarto año con S/ 108,172 y el quinto año con S/ 113,136. Se deduce de los siguientes resultados que el negocio crece de manera constante de manera positiva y los resultados son las utilidades.

5.13. Evaluación de la Inversión

5.13.1.- Evaluación Económica

Tabla n°70: Evaluación económica del proyecto

| FLUJO DE CAJA | | | | | | |
|------------------|------------------|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| ECONOMICO | (215,620) | 99,248 | 122,944 | 128,986 | 135,921 | 198,054 |
| FCF | | | | | | |
| ACUMULADO | (215,620) | (116,372) | 6,572 | 135,558 | 271,479 | 469,532 |

Determinación del COK

| | |
|----------------------------------|-----------------|
| TREMA Inversionista 1 | 16.5% |
| Participación Inversionista 1 | 70.00% |
| TREMA Inversionista 2 | 14% |
| Participación Inversionista 2 | 30.00% |
| COK | 15.7500% |

| | CO K | VALOR |
|------|------------|----------------|
| VANE | 15.7 5% | S/. 216,095.38 |

TIRE
48.97%

PRIE 1.95 Ultimo año 1
B/C Económico S/. 3.18 negativo

Fuente: Elaboración propia

De la evaluación del rendimiento de inversión del capital sin considerar financiamiento.

Pueden arrojar 3 escenarios, que serán evaluados con los lineamientos del VANE (valor actual neto)

La determinación será según los siguientes indicadores:

$VAN > 0$ el plan de negocio debe ejecutarse porque representa una actividad que va a ser rentable en el periodo de 5 años determinado.

$VAN = 0$ es indiferente aceptar o rechazar el negocio.

$VAN < 0$ se debe rechazar el proyecto.

Según la tabla 70, el VANE obtenido es de S/216,096.38 el cual supera al monto inicial de inversión. Por lo tanto, según este indicador muestra que **el negocio es rentable**.

TIRE (tasa interna de retorno) igual mide la rentabilidad en términos porcentuales, y también considera tasas implícitas para que el VAN sea 0.

Para la determinación de estos indicadores:

$TIR > COK$, el negocio es aceptable

$TIR < COK$, el negocio no es aceptable

De los resultados de la tabla 70, se visualiza que el TIR es mayor al COK, lo que se traduce al proyecto que el **negocio es aceptable**.

En cuanto al PRIE (periodo de recuperación de la inversión), que es el indicador que señala cuán rápido se recupera la inversión; tenemos que dentro de los 5 años del proyecto la recuperación será en 1.95.

Para el B/C Económico, se establecen los criterios:

B/C > 1 significa que por cada sol que invierto en este negocio voy a obtener utilidad de 3.18 soles.

5.13.2. Evaluación Financiera

Con la información en los cuadros precedente en el presente capítulo se realiza la evaluación financiera el para la proyección, el cual parte desde el año 0 que se produce la inversión y financiamiento; y los 5 años proyectados para el plan de negocio de exportación.

Tabla n°71: Evaluación financiera del proyecto

| FLUJO DE CAJA FINANCIERO | | | | | | |
|---------------------------------|------------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | (170,620) | 80,546 | 104,242 | 110,284 | 135,921 | 198,054 |
| FCF ACUMULADO | | | | | | |
| | (170,620) | (90,074) | 14,168 | 124,452 | 260,373 | 458,427 |

| Determinación de la WACC | |
|---------------------------------|--------|
| Costo del patrimonio (COK) | 15.8% |
| Participación del patrimonio | 79.13% |

| | |
|---------------------------|---------------|
| Costo Financiamiento | 16% |
| Participación de terceros | 20.87% |
| Impuesto a la renta | 5.74% |
| WACC | 15.61% |

| | WACC | VALOR | |
|----------------|--------|----------------|--------------|
| VANF | 15.61% | S/. 220,391.16 | |
| TIRF | 55.01% | | |
| PRIF | | 1.86 | Ultimo año 1 |
| B/C Financiero | | S/. 3.69 | negativo |

Fuente: Elaboración propia

De la evaluación del rendimiento de inversión del capital considerando el financiamiento.

Puede arrojar 3 escenarios, son evaluados con los lineamientos del VANE (valor actual neto)

La determinación será según los siguientes indicadores:

$VAN > 0$ el plan de negocio debe ejecutarse porque representa una actividad que va a ser rentable en el periodo de 5 años determinado.

$VAN = 0$ es indiferente aceptar o rechazar el negocio.

$VAN < 0$ se debe rechazar el proyecto.

Según la tabla 71, el VANE obtenido es de S/220,391.16, superando al valor de inicial del capital y el financiamiento de S/ 170,620. Por lo tanto, según este indicador muestra que el **negocio es rentable**.

TIRE (tasa interna de retorno) igual mide la rentabilidad en términos porcentuales, y también considera tasas implícitas para que el VAN sea 0.

Para la determinación de estos indicadores:

$TIR > WACC$, el negocio es aceptable

$TIR < WACC$, el negocio no es aceptable

De los resultados de la tabla 71, se visualiza un TIR de 55% que es superior al WACC (costo promedio ponderado del capital) con 15.6%. según este resultado **el negocio es aceptable**.

En cuanto al PRIE (periodo de recuperación de la inversión), que es el indicador que señala cuán rápido se recupera la inversión; tenemos que dentro de los 5 años del proyecto la recuperación será en solo 1.86.

Para el B/C financiero, se establecen los criterios:

$B/C > 1$, significa que por cada sol que invierto en este negocio voy a obtener utilidad de 3.69 soles.

5.13.3 Evaluación social

El negocio de la producción para exportación de hojas de parra en conserva tiene un impacto de optimización y fuente generadora de ganancias para la sociedad.

Como se sabe, en nuestro país el uso de la hoja de uva es nula, si en términos de uso en la cocina peruana se pone de contexto. A diferencia de los países del continente europeo que se consume a gran escala.

Al procesar las hojas de uva a conserva se optimiza el uso de estas hojas de la planta vid, generando ingresos para los productores de uva. Que normalmente suelen desecharlo, quemarlo o usarlo para decoración.

La empresa desde su constitución, genera puestos de trabajo y paralelamente está generando ingresos a las empresas con las cuales tendremos relaciones comerciales. Donde estas empresas también tienen un equipo de trabajo acompañando para abastecer de productos y servicios, y que contribuyen a que siga desarrollando la economía del país.

5.13.4 Impacto ambiental

Sabor del Campo S.A.C., aporta al medio ambiente la disminución de contaminación debido a que como se menciona líneas arriba, las hojas de parra por lo particular se desechan ya que de la producción solo se comercializa el fruto.

Buscamos la disminución de la contaminación ambiental, y a medida del crecimiento de la empresa implementar mayores controles y cuidados de la producción de la vid, así como capacitar a los agricultores en referencia a este tema. Para ello es importante contar con certificación ISO 14001.

5.14 Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

Como en todo proyecto, se analizan las mejores opciones donde invertir el dinero considerando el riesgo, tasa de interés, utilidades. Es por ello que para determinar el COK (costo de oportunidad del capital), se analizara el panorama el costo de

oportunidad si se deposita el dinero en el banco a plazo fijo. Y el costo promedio ponderado de capital WACC para determinar el porcentaje de rendimiento esperado de la inversión del capital tanto para el socio como para nuestro capital.

Imagen n°46: Tasa de rendimiento anual de bancos, financieras y cajas

| Entidad | Tasa de Rendimiento Efectivo Anual (TREA) (%) |
|-------------------|---|
| FINANCIERA QAPAQ | 5 % |
| BANCO FALABELLA | 2.5 % |
| BANCO PICHINCHA | 2 % |
| MIBANCO | 1.5 % |
| BANBIF | 0.8 % |
| INTERBANK | 0.5 % |
| SCOTIABANK PERU | 0.25 % |
| BBVA | 0.13 % |
| ACCESO CREDITICIO | 0 % |
| CMAC DEL SANTA | 0 % |
| CMAC PIURA | -3.79 % |
| BANCO DE COMERCIO | -3.82 % |
| BANCO DE CREDITO | -9.48 % |

La TREA es la tasa que muestra el rendimiento total de un depósito

Fuente: SBS

Tabla n°72: Análisis del costo de oportunidad del capital

| PARA MAYRA MONTES | PLAZO FIJO BANCO PICHINCHA | PRIMA | COK |
|----------------------|----------------------------|-------|-----|
| COSTO DE OPORTUNIDAD | 2% | 9% | 11% |

| PARA EL SOCIO | PLAZO FIJO FINANCIERA QAPAQ | PRIMA | COK |
|----------------------|-----------------------------|-------|-----|
| COSTO DE OPORTUNIDAD | 5% | 12% | 7% |

Fuente: Elaboración propia

Tabla n°73: Determinación del COK

| Determinación del COK | |
|-------------------------------|----------------|
| TREMA Inversionista 1 | 11.0% |
| Participación Inversionista 1 | 70.00% |
| TREMA Inversionista 2 | 7% |
| Participación Inversionista 2 | 30.00% |
| COK | 9.8000% |

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 73 se obtiene que, al invertir el capital en depósito a plazo fijo en el sistema bancario, el costo de oportunidad del capital es 9.8% resultado muy bajo, en comparación del porcentaje que muestra el COK del negocio de exportación de conservas de hojas de parra que es 15.75%

Tabla n°74: Determinación del WACC

| Determinación de la WACC | |
|---------------------------------|---------------|
| Costo del patrimonio (COK) | 9.8% |
| Participación del patrimonio | 79.13% |
| Costo Financiamiento | 16% |
| Participación de terceros | 20.87% |
| Impuesto a la renta | 5.74% |
| WACC | 10.90% |

Fuente: Elaboración propia

Si el COK es de 9.8% la participación total del patrimonio será de 79.13%, con el financiamiento de tasa 16%, el WACC arroja un porcentaje de 10.90% tasa menor al del proyecto de negocio.

5.15 Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Para mitigar los riesgos por tipo de cambio ya que la volatilidad del mercado internacional no es predecible, en ese caso recurriremos al sistema bancario para adquirir un contrato de tipo de cambio FORWARD. Tomando en consideración que el contrato es adquirido para montos que superen los \$ 10,000 dólares y es por un periodo de hasta de 90 días, es una herramienta financiera que protegería nuestra exportación valorizada en \$ 26,400.

Tabla n°75: Cuadro de sensibilización de riesgo por tipo de cambio

| T/C | VANF en S/. | TIRF |
|------|-------------|--------|
| 3.45 | 206,739.88 | 51.44% |
| 3.5 | 211,611.13 | 52.69% |
| 3.55 | 215,999.51 | 53.84% |
| 3.6 | 220,391.16 | 55.01% |
| 3.65 | 224,785.51 | 56.20% |
| 3.7 | 229,182.14 | 57.42% |

Fuente: Elaboración propia

Si no se realiza un contrato forward, como exportador podemos tener dos panoramas al momento de la cobranza. En el mejor de los casos si el tipo de cambio está subiendo, recibiremos más ingresos debido a que la cobranza se realiza en dólares, al cambiar a la moneda nacional se verá reflejada en más ganancias.

En el panorama adverso, si el tipo de cambio baja al momento de cobrar, recibiremos menos del monto inicialmente calculado, debido a que, al cambiar a moneda nacional, el ingreso de la venta reducirá nuestros niveles de utilidad.

De la tabla 75, se analizan los escenarios de acuerdo a la volatilidad en el tipo de cambio, donde el límite es el 3.60, menor a ello nos debemos proteger de las variaciones del tipo de cambio.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- El presente proyecto permitió conocer la viabilidad de exportación de hojas de parra en conserva hacia el mercado de New York- Estados Unidos; utilizando los indicadores como el VAN y el TIR se obtuvo los siguientes resultados: el VANF con un resultado positivo de S/ 220,391.16 y una TIRF de 55.01% mucho mayor al WACC del 15.60%.
- El producto a exportar hacia el mercado destino es único en el contexto de exportaciones nacionales. En la actualidad las hojas de uva que es la materia prima principal para preparar la conserva, se desecha, esto debido a la falta de conocimiento y estudios a nivel internacional. Las hojas de parra en conserva tienen un potencial mercado en los Estados Unidos debido a la demanda por productos saludables y fáciles de incluir en su consumo diario. Cabe mencionar que el producto cuenta con numerosas propiedades que beneficia a la salud.
- La demanda del producto en el mercado es amplia, del análisis de según la partida arancelaria 2005.99 exportada al país destino; se observó que la dinámica de consumo es amplia para las conservas de hortalizas. De la demanda total proyectada, nuestra empresa tomara un porcentaje de participación de 1.5% el cual convertido en cantidades a exportar nos resulta las cantidades de 57,600 conservas de 500 gramos.
- La innovación y búsqueda de ofrecer productos que contribuyan a la alimentación y la salud, resulta en el proyecto de negocio de producción (tercerizado) y exportación de un producto que somos los primeros en llegar a Estados Unidos, además de entrar al país destino con precios por debajo de nuestros competidores, como es la marca SERA FOOD de procedencia turca.

- Las oportunidades que brinda el mercado en relación al nuestro producto es favorables, por los indicadores de precio y calidad. En cuanto al análisis de fortaleza, del continente americano somos el mayor exportador de uva y contamos con producción de vid en todo el año.

El entorno en el que se va a desarrolla el negocio, es favorable debido a que contamos con acuerdos comerciales con el país destino.

Recomendaciones

- Se recomienda que, de la obtención de los resultados de los indicadores económicos y financieros, que resultaron óptimos para tomar e iniciar el negocio; posteriormente se pueda aumentar la inversión para diversificar los productos a ofrecer, dentro de la línea de productos que aportan a la salud. Además, si se realiza una mayor inversión, se aumenta la capacidad a ofertar para abarcar mayor porcentaje de la demanda insatisfecha.
- Debe evaluar el flujo de caja anualmente, Si bien los resultados del proyecto de 5 años nos muestran flujos de caja económico y financiero totalmente óptimo, anualmente se debe actualizar y evaluar para determinar brechas y políticas de ajuste. La finalidad de ello es que el proyecto sea rentable y genere ganancias en los años de ejecución.
- Por la situación de emergencia en la que nos encontramos, las ferias nacionales e internacionales que se desarrollaban anualmente, a la fecha se lleva a cabo mediante plataformas virtuales que si bien ayudan a dar a conocer el producto. Pero no el de brindar muestras y degustación insitu del producto.

En los años posteriores se entrará con fuerza a las ferias internacionales para difundir el producto en el mercado europeo.
- Obtener un préstamo bancario en la condición de empresa recién constituida incrementa la tasa de interés bancaria. Al transcurrir las operaciones y de la evaluación crediticia por parte de los bancos hacia el negocio, el banco brindará financiamiento a tasas de interés más bajas. Recurrir al sistema bancario para financiar el negocio es una opción muy atractiva para incrementar las inversiones y maximizar el rendimiento.

- Aprovechar los incentivos para la exportación, las exportaciones no están grabadas al pago de impuestos u otras tasas, siendo provechoso incrementar las cantidades de exportación y aumentar los márgenes de ganancia.

Además de utilizar la devolución de crédito fiscal y acogerse al drawback; traduciéndose esto en ingreso económico para el negocio.

REFERENCIAS

Plataforma digital única del estado. (2020). Registrar una marca. Recuperado el 13 de 10 de 2020 de <https://www.gob.pe/333-registrar-marca-del-producto-y-o-servicio>

SUNAT. (2017). Carpeta régimen MYPE tributario. Recuperado el 13 de 10 de 2020 de <https://orientacion.sunat.gob.pe/images/nuevosinscritos/REMYPe.pdf>

Ministerio de Trabajo Promoción de Empleo. (2014). El 1, 2, 3 de la formalización laboral. Recuperado el 11 de 10 de 2020 de https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/DLT_formacion_laboral.pdf

Municipalidad Distrital de Ate. (2020). Recuperado el 13 de 10 de 2020 de <http://www.muniate.gob.pe/ate/principal.php>

INDECOPI. (2020). Registro de marcas y otros signos. Recuperado el 12 de 10 de 2020 de <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>

Ministerio de Agricultura y Riego. (2017). Análisis Económico de la Producción Nacional Uva Fresca. Recuperado el 20 de 10 de 2020 de <file:///C:/Users/HP/Downloads/boletin-analisis-uva-fresca.pdf>

SUNAT. (2016). Arancel de Aduanas 2017. Recuperado el 20 de 10 de 2020 de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/gja-04/ctrlCambios/anexos/DS342-2016-EF.pdf>

SUNAT. (2020). Tratamiento arancelario por sub partida nacional. Recuperado el 20 de 10 de 2020 de <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>

Departamento de Agricultura de EE.UU. (2018). Food Data Central. Recuperado el 19 de 10 de 2020 de <https://fdc.nal.usda.gov/fdc-app.html#/food-details/468371/nutrients>

Cuerpo Mente (2019). Descubren propiedades anti cáncer de la hoja de parra. Recuperado el 10 de 10 de 2020 de https://www.cuerpomente.com/salud-natural/tratamientos/propiedades-anti-cancer-hoja-parra-vid_4153

CIA. (2020). The world factbook. Recuperado el 20 de 10 de 2020 de <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/docs/rankorderguide.html>

COFACE. (2020). Riesgo país. Recuperado el 20 de 10 de 2020 de <file:///C:/Users/HP/Downloads/COFACE +BAROMETRE-Q32020-CARTE.pdf>

United States Census Bureau. (2018). Población de los estados de USA. <https://www.census.gov/>

Datosmacro (2018). Densidad Poblacional de los Estados Unidos. Recuperado el 20 de 10 de 2020 de <https://datosmacro.expansion.com/demografia/poblacion/usa-estados>

Santander Trade. Perfil del consumidor. Recuperado el 20 de 10 de 2020 de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor>

Census Bureau. (2019). Características económicas de la población de Nueva York. Recuperado el 21 de 10 de 2020 de <https://data.census.gov/cedsci/all?q=0400000US36&y=2019&d=ACS%201-Year%20Estimates%20Subject%20Tables>

Abasto. (2020). Revista especializada en la Industria Alimentaria. Recuperado el 22 de 10 de 2020 de <https://abasto.com/edicion-actual/>

The Gourmet retailer. (2020). Revista especializada para minoristas en la industria alimentaria. Recuperado el 22 de 10 de 2020 de <https://progressivegrocer.com/welcome-gourmet-retailer-readers>

CNN Español. (2019). La mitad de personas en Estados Unidos serán obesas dentro de 10 años (a menos que hagamos esto). Recuperado el 22 de 10 de 2020 de <https://cnnspanol.cnn.com/2019/12/19/la-mitad-de-personas-en-estados-unidos-seran-obesas-dentro-de-10-anos-a-menos-que-hagamos-esto/#:~:text=%C2%ABA%20nivel%20nacional%2C%20la%20obesidad,los%20esta dounidenses%20son%20severamente%20obesos.>

Expoalimentaria. (2020). Informes. Recuperado el 23 de 10 de 2020 de <https://join.expoalimentariaperu.com/>

Ecoglass del Perú. (2020). Contacto. Recuperado el 24 de 10 de 2020 de <http://www.ecoglassperu.com/>

Envases del Perú Wildor. (2020). Contacto. Recuperado el 24 de 10 de 2020 de <https://envasesdelperu.com/categoria-producto/frascos/>

Provid. (2020). Contacto. Recuperado el 24 de 10 de 2020 de <http://www.provid.org.pe/>

J&P Investment. (2020). Contacto. Recuperado el 24 de 10 de 2020 de <http://www.jypinvestments.com/>

Hanalei. (2020). Contacto. Recuperado el 24 de 10 de 2020 de <http://hanaleisac.com/nosotros.html>

Phoenix foods. (2020). Contacto. Recuperado el 24 de 10 de 2020 de <https://vittafresh.pe/>

Wakefern food corp. (2020). Contacto. Recuperado el 24 de 10 de 2020 de <https://www2.wakefern.com/>

Fresh plaza. (2018). Tendencia en alimentos funcionales en EE.UU. Recuperado el 24 de 10 de 2020 de <https://www.freshplaza.es/article/112684/Tendencias-en-alimentos-funcionales-en-EE.-UU/>

SUNAT. (2019). Acumulado anual de exportaciones de la partida arancelaria 2005999000. Recuperado el 24 de 10 de 2020 de <http://www.aduanet.gob.pe/cl-ad-itestadispartida/resumenPPaisS01Alias>

MINCETUR. (2009). Guía de envases y embalajes. Recuperado el 29 de 10 de 2020 de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/FA47F265788D9E3405257EBA005CC2F9/\\$FILE/Gu%C3%ADa_Envases_y_Embalaje.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/FA47F265788D9E3405257EBA005CC2F9/$FILE/Gu%C3%ADa_Envases_y_Embalaje.pdf)

Fundación Española de la Nutrición. (2018). Informe de estado de situación sobre: “Frutas y hortalizas, nutrición y salud en la España del s. XXI”. Recuperado el 30 de 10 e3 2020 de <https://www.fesnad.org/resources/files/Noticias/frutasYHortalizas.pdf>

Transeop. (2020). Cadena de suministro y cadena logística. Recuperado el 02 de 11 de 2020 de <https://www.transeop.com/blog/Cadena-logistica-y-cadena-de-suministro/365/>

Grupo Bancolombia. (2019). Cadena logística internacional para exportar. Recuperado el 02 de 11 de 2020 de <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios/comercio-internacional/exportar/gestion-logistica-internacional-dfi>

Proexi. (2020). Contacto. Recuperado el 03 de 11 de 2020 de <https://proexiperu.com/>

SIICEX. (2020). Rutas Marítimas. Recuperado el 03 de 11 de 2020 de <http://www.mapex.pe/rutasmaritimas/itinerario?prutamaestra=null,2>

IAR. (2020). Incoterms de la CPI en el comercio internacional. Recuperado el 03 de 11 de 2020 de <https://www.international-arbitration-attorney.com/es/icc-incoterms-in-international-trade/>


Perú. SBS. (2020). Tasas de rendimiento efectivo anual. Recuperado el 02 de 12 de 2020 de <https://www.sbs.gob.pe/app/retasas/paginas/retasasInicio.aspx?p=D>

Perú. SBS. (2020). Tasas de activas anuales de crédito. Recuperado el 02 de 12 de 2020 de <https://www.sbs.gob.pe/app/pp/EstadisticasSAEEPPortal/Paginas/TIActivaTipoCreditoEmpresa.aspx?tip=B>

Perú. SUNAT. (2020). Legislación tributaria. Recuperado el 02 de 12 de 2020 de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/tributaria/igv/ley/capitul9.htm>

Banco de Crédito del Perú. (2020). Capital de trabajo. Recuperado el 02 de 12 de 2020 de <https://www.viabcp.com/pymes/financiamiento/liquidez-para-negocio/capital-de-trabajo>

ANEXO 1. SOLICITUD PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

| | | | |
|---|---|--|--|
|  MUNICIPALIDAD DE ATE GERENCIA DE DESARROLLO ECONOMICO SUB GERENCIA DE PROMOCION Y FORMALIZACION EMPRESARIA Y TURISMO | FORMATO DE DECLARACION JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO Ley N° 28976 - Ley de Licencia de Funcionamiento y Modificatorias | N° EXP : N° ITSE (RA-RMA) N° recibo de pago: | |
| I MODALIDAD DEL TRAMITE QUE SOLICITA (marcar más de una alternativa si corresponde) | | | |
| Licencia de Funcionamiento (Items 6, 7, 8 solo completar secciones I, II y III) | | Datos por Cambios o modificaciones | |
| 1 Indeterminada 2 Temporal 3 Cesionario 4 Mercado, galería y centro comercial 5 Duplicado | 6 Cambio denomin. o nombre comerc. persona jurídica 7 Cese de actividades 8 Transferencia de licencia 9 Otros | 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. | |
| II DATOS DEL SOLICITANTE | | | |
| Apellidos y Nombres / Razón social | | | |
| N° DNI/N° C.E. | N° RUC | N° Teléfono | Correo electrónico |
| Av./Jr./Ca./Pje./Otros | N°/Int./Mz./Lt./Otros | Urb./AA.HH./Otros | Distrito y Provincia |
| III DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO | | | |
| Apellidos y Nombres | N° DNI/N° C.E. | N° Partida Electrónica y Asiento de Inscripción SUNARP (de corresponder) | |
| IV DATOS DEL ESTABLECIMIENTO | | | |
| Dirección (Av./Ca./Jr./Psje./Otros - N°/Mz./Lt./Int./Otros | | Urb./Asoc./Coop./AA.HH./Otros | |
| Código CIU* | Giro/s* | Función* | Zonific.* |
| | | | ATN* |
| Area total solicitada (m2) | | | |
| Autorización Sectorial (de corresponder) | | | |
| Entidad que otorga autorización | Denominación de la autorización sectorial | Fecha de autorización | Número de autorización |
| Nombre comercial | | Croquis de ubicación geográfica | |
| Zona y Sector geografico* | horario autorizado | <input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/> | <input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/> |
| | a | | |
| V DECLARACION JURADA | | | |
| Declaro (DE CORRESPONDER MARCAR X) | | | |
| Cuento con poder suficiente vigente para actuar como representante legal de la persona jurídica conductora (alternativamente, de la persona natural que represento). | | | |
| 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. | | | |
| El establecimiento cumple con la dotación reglamentaria de estacionamientos, de acuerdo con lo previsto en la ley. | | | |
| Cuento con título profesional vigente y estoy habilitado por el colegio profesional correspondiente (en el caso de servicios relacionados con la salud). | | | |
| Tengo conocimiento de que la presente Declaración Jurada y documentación 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. | | | |
| Observaciones o comentarios del solicitante: | | | |
| Fecha: | Firma del solicitante / Representante legal / Apoderado Nombres y Apellidos: _____ DNI: _____ | | |
| VERIFICACION DE RIESGO (Para ser llenado por el calificador designado de la municipalidad)* | | | |
| <input type="checkbox"/> ITSE Riesgo bajo | <input type="checkbox"/> ITSE Riesgo medio | <input type="checkbox"/> ITSE Riesgo alto | <input type="checkbox"/> ITSE Riesgo muy alto |
| Nombres y Apellidos: | | Firma y sello del calificador municipal | |
| * Esta información debe ser llenada por el representante de la municipalidad | | | |

ANEXO 2.

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: **SABOR DEL CAMPO S.A.C.** empresa constituida bajo las leyes de la República Peruana, inscrito en la Partida N° 34470592 del Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral N° IX – SEDE LIMA., debidamente representado por su Gerente General **Mayra Montes Carhuallanqui**, con Documento de Identidad N° 48256710 , domiciliado en su Oficina principal ubicado en Mz C LT 2 Urb Robles de Ate – Ate - Lima, a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte **WAKEFERN FOOD CORP.**, inscrito en la Partida N° 55075381 del Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral N° N54 – NEW YORK., debidamente representado por su Gerente General **Joseph S. Colalillo**, con tarjeta de identificación N° F521-167-55-175-0, señalando domicilio ubicado en Newark - New Jersey , República del Estados Unidos, a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

GENERALIDADES

CLAUSULA PRIMERA:

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

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

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

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

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

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

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

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

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

2.1. Es acordado por las Partes que EL VENDEDOR entregará el siguiente producto:

Hoja de parra en conserva, y EL COMPRADOR pagará el precio de dichos productos.

2.2. Descripción de la mercadería: conserva en salmuera, incluye certificado de calidad y certificado de origen.

2.3. Descripción de cantidad de la mercadería:

2.4. Cantidad total de 14 400 frascos de vidrio de 1.10 libras (500 gramos)

2.5. Cantidad total en cajas: 600 cajas de cartón corrugado (24 frascos por caja)

2.6. Empaquetado en cajas de cartón corrugado de cara doble-doble, con separadores.

2.7. También es acordado que la inspección de la mercadería (cuando este lo requiera y sea apropiado), corra a gastos del comprador.

ENTREGA

CLAUSULA TERCERA:

Para la presente transacción será en aplicación del Incoterms® FOB Callao.

EL VENDEDOR se compromete a realizar la entrega en el periodo de 15 días luego de recibida la orden de compra debidamente firmadas por el comprador.

Lugar de entrega en el puerto marítimo de Callao.

PRECIO

CLAUSULA CUARTA:

Las Partes acuerdan el precio de \$ 26,357.00 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.

La moneda a utilizar para el presente es el dólar americano.

El precio ofrecido es sobre la base del Incoterms FOB ("Free on Board"), el envío se hará por vía marítima.

CONDICIONES DE PAGO

CLAUSULA QUINTA:

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por EL COMPRADOR a EI VENDEDOR deberá realizarse por:

Forma de pago por transferencia electrónica bancaria (T/T) a la cuenta del banco de EL VENDEDOR en su país de origen.

Momento de pago: Pago por adelantado

Cantidad a ser pagada CIEN PORCIENTO (100 %) de la cantidad acordada y facturada, antes del embarque de los productos.

Ultima fecha para recibir el pago en el banco del vendedor: una semana antes de la fecha de embarque.

DOCUMENTOS

CLAUSULA SEXTA:

El Vendedor pondrá a disposición del Comprador la siguiente documentación:

Factura comercial original y traducida al idioma inglés

Documento de transporte (b/l)

Lista de empaque

Certificado de origen

Declaración DUA

Certificado de calidad

Certificado de inspección

Certificado de origen

Adicionalmente, el vendedor pondrá a disposición del comprador los documentos mencionados en el Incoterms de la CCI elegido por las partes.

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.

INCUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACION DEL COMPRADOR DE PAGAR EL PRECIO EN EL MOMENTO PACTADO

CLAUSULA OCTAVA:

Si el Comprador incumple con pagar el precio en el momento convenido, el Vendedor otorgará al Comprador un término adicional de tiempo igual a 3 días para el cumplimiento de la obligación de pago. Si el Comprador incumple con la obligación de pago al finalizar el término adicional, el Vendedor podrá declarar el presente contrato resuelto de conformidad con el Artículo 10 de este contrato.

Si el Comprador incumple con su obligación de pagar el precio en el momento convenido, el Vendedor en todo caso tendrá derecho, sin limitar cualquier otro derecho

que le pudiera corresponder, a cobrar intereses sobre el saldo insoluto (tanto antes o como después de cualquier fallo) a la tasa Capítulo 3 – Compraventa Comercial Internacional de Mercaderías (corta) 43 de 1 % anual.

INCUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACION DEL VENDEDOR DE ENTREGAR LA MERCADERIA AL MOMENTO PACTADO

CLAUSULA NOVENA:

Si el Vendedor incumple con su obligación de entregar las Mercaderías en el momento pactado, el Comprador otorgará al Vendedor un término adicional de 4 días para cumplir con la entrega. Si el Vendedor incumple en su obligación de entregar las Mercaderías al finalizar el término adicional, el Comprador podrá declarar el presente contrato resuelto de conformidad con el Artículo 10 de este contrato.

RESOLUCION DEL CONTRATO

CLAUSULA DECIMA:

Hay incumplimiento de contrato cuando una de las partes no cumple con cualquiera de sus obligaciones derivadas de este contrato, incluyendo cumplimiento defectuoso, parcial o impuntual.

Una declaración de resolución de este contrato surte efectos únicamente si es notificada a la otra parte

FUERZA MAYOR – EXCUSA POR EL INCUMPLIMIENTO

CLAUSULA UNDECIMA:

Se entenderá por “fuerza mayor”: guerra, emergencia, accidente, incendio, sismo, inundación, tormenta, huelga industrial o cualquier otro hecho o impedimento que la parte afectada pruebe que estuvo fuera de su control y que no pudo haber razonablemente previsto los hechos al momento de la celebración del presente contrato, o de evitar o superar los hechos, o de evitar o superar sus consecuencias.

No se considerará que la parte afectada por los hechos de fuerza mayor ha incumplido con las obligaciones contractuales afectadas por los hechos de fuerza mayor previstas en este contrato, ni será responsable ante la otra, por cualquier retraso en el cumplimiento o el incumplimiento de cualquiera de sus obligaciones en la medida en que la demora o incumplimiento se deban a hechos de fuerza mayor que hayan sido debidamente notificados a la otra parte.

Si se presenta un hecho de fuerza mayor que afecte o tenga la posibilidad de afectar a las partes en el cumplimiento con cualquiera de sus obligaciones conforme a este contrato, la parte afectada notificará a la otra parte dentro de un plazo razonable sobre la naturaleza del hecho en cuestión y el efecto que tiene en su capacidad de cumplir.

Si cualquiera de las partes se ve impedida o retrasada en el cumplimiento de cualquiera de sus obligaciones asumidas en el presente contrato por causa de fuerza mayor por un periodo continuo superior a tres 3 meses, la otra parte tendrá derecho de terminar el contrato.

AVISOS

CLAUSULA DUODECIMA:

Cualquier aviso que se requiera conforme al presente contrato se hará por escrito (que incluye correo electrónico) y podrá ser entregado dejándolo o enviándolo al domicilio de la otra parte que se especifica en el párrafo siguiente, de manera que se asegure que se pueda probar la recepción del aviso.

Para efectos, de los detalles en el párrafo anterior para las notificaciones son los siguientes, salvo que otros detalles hubieran sido debidamente notificados.

AUTORIZACIONES

CLAUSULA DECIMO TERCERA:

Este contrato está condicionado a la obtención previa de las siguientes autorizaciones:

- Certificado sanitario emitido por DIGESA
- Certificado de calidad emitido por SGS
- Certificado fitosanitario emitido por SENASA

PROCEDIMIENTO DE SOLUCION DE CONTROVERSIAS

CLAUSULA DECIMO CUARTA:

Cualquier disputa, controversia o reclamación que surja o se relacione con este contrato, incluyendo su celebración, interpretación, cumplimiento, incumplimiento, terminación o invalidez, será resuelto por los tribunales de la American Arbitration Association (AAA) de los Estados Unidos, los cuales tendrán jurisdicción exclusiva.

DERECHO APLICABLE

CLAUSULA DECIMO QUINTA:

El derecho se aplicará al presente contrato. La aplicación de la Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías (Convención de Viena de 1980 sobre la Compraventa – CISG) queda excluida.

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