



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

**EXPORTACIÓN DE MERMELADA DE POMARROSA  
ENDULZADA CON ESTEVIA HACIA EL MERCADO DE NEW  
YORK - ESTADOS UNIDOS**

**PRESENTADA POR  
RONY ALEXIS SÁNCHEZ LÓPEZ**

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

**LIMA – PERÚ**

**2017**



**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**

**PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**EXPORTACIÓN DE MERMELADA DE POMARROSA ENDULZADA CON ESTEVIA  
HACIA EL MERCADO DE NEW YORK - ESTADOS UNIDOS**

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

**PRESENTADO POR:**

**RONY ALEXIS SÁNCHEZ LÓPEZ**

**LIMA, PERÚ**

**2017**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo lo dedico a Dios y a todos mis seres queridos quienes con su apoyo incondicional fueron suficiente para poder cumplir una de mis metas.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis padres por su ayuda, y a toda mi familia por siempre estar ahí cuando más lo necesitaba.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>1</b>
<b>1. ESTRUCTURA GENERAL DE PLAN .....</b>	<b>2</b>
<b>2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES.....</b>	<b>2</b>
2.1 Nombre y razón social.....	2
2.2 Actividad económica o codificación internacional. ....	2
2.3 Ubicación y factibilidad municipal y sectorial .....	3
2.3.1 Ubicación.....	3
2.3.2 Factibilidad municipal .....	5
2.3.3 Factibilidad Sectorial.....	6
2.4 Objetivos de la empresa, Principio de la empresa en marcha .....	7
2.4.1 Foda .....	7
2.4.2 Objetivos:.....	10
2.4.3 Visión; .....	11
2.4.4 Misión:.....	11
2.4.5 Principios: .....	11
Elaboración: Propia .....	12
2.4.6 Valores.....	12
2.5 Ley de mypes Micro y pequeña Empresa.....	14
2.6 Estructura Orgánica .....	14
2.7 Cuadro de Asignación de Personal:.....	17
2.8 Forma jurídica empresarial.....	18
2.8.1 Sociedades de formas jurídicas empresariales.....	<b>18</b>
2.9 Registro de Marca y Procedimiento en INDECOPI.....	22
2.10 Requisitos y trámites municipales. ....	25
2.10.1 Requisitos para obtener la licencia de funcionamiento: .....	25
2.11 Régimen tributario, procedimiento desde la obtención del RUC y modalidades.....	26
2.12 Registro de Planilla Electrónica (PLAME) .....	27
2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral.....	28

2.14 Modalidades de Contratos Laborales .....	30
2.15 Contratos comerciales y responsabilidad civil de los accionistas. ....	31
<b>3.PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL.....</b>	<b>35</b>
3.1 Descripción del producto.....	35
3.1.1 Clasificación arancelaria.....	37
3.1.2 Propuesta de valor: .....	38
3.1.3 Ficha técnica comercial .....	45
3.2 Investigación del mercado Objetivo. ....	47
3.2.1 Investigación de mercado Objetivo .....	51
3.2.2 Tendencias de consumo.....	65
3.3 Análisis de la oferta y la demanda.....	67
3.3.1 Análisis de la oferta. ....	67
3.3.2 Análisis de la demanda .....	75
3.4 Estrategias de Ventas y Distribución.....	80
3.4.1 Estrategias de segmentación.....	80
3.4.2 Estrategias de posicionamiento. ....	81
3.4.3 Estrategias de distribución.....	82
3.5 Estrategias de Promoción. ....	85
<b>4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL.....</b>	<b>90</b>
4.1 Envases empaques y embalajes. ....	90
4.1.1) Envase .....	90
4.1.2) Empaque.....	90
4.1.3) Embalaje.....	92
4.2 Diseño, rotulado y marcado.....	95
4.2.1 Diseño del rotulado.....	95
4.3 Unitarización y cubicaje de la carga.....	99
4.4 Cadena de DFI de exportación. ....	102
<b>5. PLAN DE COMERCIO EXTERIOR.....</b>	<b>126</b>
5.1 Fijación de precios.....	126
5.1.1 costos y precios.....	126
5.1.2 Precios y cotización.....	132
5.2 Contrato de exportaciones .....	133

5.2.1 Contrato de compra venta internacional.....	133
5.2.2 Negociación de condiciones de compra venta.....	133
5.2.3 Elaboración de contratos adecuados al plan de negocios.....	134
5.3 Elección y aplicación de INCOTERM® .....	140
5.4 Determinación del medio de pago .....	142
5.4.1 Elección del medio de pago.....	142
5.5 Elección del régimen de exportación: .....	145
5.6. Gestión del despacho de aduana.....	145
5.7. Flujograma de exportación .....	147
<b>6 PLAN ECONÓMICO FINANCIERO.....</b>	<b>150</b>
6.1 Inversión fija.....	150
6.1.1 Activos intangibles .....	150
6.1.2 Activos intangibles .....	150
6.2 Capital de trabajo.....	151
6.3. Inversión total .....	153
6.4 Estructura de Inversión y financiamiento. ....	154
6.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito. ....	156
6.6 Presupuesto de costos. ....	158
6.7 Punto de Equilibrio.....	160
6.9 Presupuesto de ingresos.....	162
6.10 Presupuesto de Egresos .....	164
6.11 Flujo de caja proyectado.....	165
6.11.1 Flujo de caja económico .....	165
6.11.2 Flujo de caja financiero. ....	166
6.12 Estado de Ganancias y pérdidas. ....	166
6.13 Evaluación de la inversión.....	168
6.13.1 Evaluación Económica .....	168
6.13.2 Evaluación Financiera. ....	169
6.13.3 Evaluación social.....	170
6.13.4 Impacto ambiental. ....	170
6.14 Evaluación de costo de oportunidad del capital de trabajo. ....	170



6.15 Cuadro de riesgo del tipo de cambio .....	172
<b>7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>176</b>
7.1 Conclusiones.....	176
7.2 Recomendaciones .....	177
<u>ANEXOS .....</u>	<b>181</b>
ANEXO 1: Solicitud de Reserva de Nombre de Persona Jurídica .....	181
ANEXO 2 : Modelo de constitución S.A.C sin directorio en efectivo.....	183
ANEXO 3: SOLICITUD DE REGISTRO DE NOBRE COMERCIAL.....	186
ANEXO 5: SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA .....	187
ANEXO 7: SOLICITUD DE INSPECCION SENASA.....	189
ANEXO 8 Modelo de contrato de trabajo de naturaleza temporal por inicio o incremento de nueva actividad .....	190
ANEXO 9 Modelo de contrato de trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “contrato intermitente” .....	191

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Distritos de ubicación del negocio .....	4
Tabla 2: Método de factores ponderados para la localización del proyecto .....	4
Tabla 3: Costo de alquiler de local y servicios .....	6
Tabla 4: Distribución de cada área de la empresa .....	6
Tabla 5: MATRIZ FI .....	7
Tabla 6: MATRIZ FE .....	8
Tabla 7: FODA CRUZADO .....	9
Tabla 8:Asignación de personal de la empresa Imagine Latin Fruit S.A.C.....	17
Tabla 9: Cuarta categoría – servicio de terceros (en soles) .....	18
Tabla 10: Aporte de socios en nuevos soles.....	20
Tabla 11: Pago de derechos registrales .....	20
Tabla 12: Pago por elaboración de la minuta .....	21
Tabla 13: Pago a la Notaria.....	22
Tabla 14: Pago de derechos registrales en SUNARP .....	22
Tabla 15: Beneficios de trabajadores, según RER .....	29
Tabla 16: Clasificación arancelaria del producto mermelada de Pomarrosa en Perú. ....	37
Tabla 17: Clasificación arancelaria del producto mermelada de Pomarrosa en destino. ....	38
Tabla 18: Proveedor de Pomarrosa.....	41
Tabla 19: Proveedores alternativos de Materia prima. ....	41
Tabla 20: Servicio de maquila de mermelada. ....	42
Tabla 21: Composición nutricional de la pulpa de Pomarrosa por 100gr. ....	43
Tabla 22: Tabla nutricional de la Pomarrosa (100 gramos de fruta).....	44
Tabla 23: Ficha Técnica Comercial.....	45
Tabla 24: Importaciones Internacionales a nivel mundial de la partida 20.07.99 (expresado en miles de dólares americanos) .....	47
Tabla 25: Exportaciones peruanas a nivel mundial de la partida 20.07.99.91.00. (Unidad: miles de Dólares Americanos).....	48
Tabla 26: Exportaciones peruanas 2016 de la partida 20.07.99.91.00 en Kilogramos.....	48
Tabla 27: Criterios de Selección de mercado – detalle. ....	49
Tabla 28: Criterios de selección de mercado – detalle.....	50
Tabla 29:Indicadores de crecimiento .....	52
Tabla 30: Facilidad de hacer negocios en las diferentes economías .....	53
Tabla 31: Población de principales áreas metropolitanas.....	54
Tabla 32: Ciudades que importan mermeladas de partida 2007994500 .....	55
Tabla 33:Importaciones de la partida 2007.99.45.00 de distritos aduaneros (En kilogramos) .....	56

Tabla 34: Selección de estados para exportación de producto de Imagine Latin fruit S.A.C. .....	57
Tabla 35: Criterios de selección de mercado – detalle .....	57
Tabla 36: Selección de estados para exportación de producto de Imagine Latin fruit SAC	58
Tabla 37: Selección de estados para exportación de producto de Imagine Latin fruit SAC	59
Tabla 38: Medición de mercado Objetivo .....	63
Tabla 39: Demanda total del producto. ....	64
Tabla 40: Demanda potencial de mermelada en el estado de New York.....	64
Tabla 41: Principales países Exportadores de la partida 20.07.99 (Expresada en miles de dólares americanos) .....	67
Tabla 42: Principales países exportadores de la partida 20.07.99. En (Toneladas). ....	68
Tabla 43: Total de Exportaciones Peruanas de la partida 2007999100 (en miles de dólares). .....	69
Tabla 44: Principales mercados de destino de las exportaciones peruanas de la partida 200799 (En Kilogramos). ....	70
Tabla 45: Principales empresas exportadoras de la P.A. 2007999100 .....	71
Tabla 46: Producción de pomarrosa en San Martin .....	72
Tabla 47: Producción de pomarrosa en Loreto.....	72
Tabla 48: Análisis de la competitividad de empresas posicionadas en Perú. ....	73
Tabla 49: Análisis de la competitividad de empresas posicionadas en Perú. ....	74
Tabla 50: Principales Importadores mundiales de la partida 200791 en miles USD .....	75
Tabla 51: Principales Importadores mundiales de la partida 200791 en toneladas .....	76
Tabla 52: Importaciones de la partida 2007.99.45.00 de distritos aduaneros (En kilogramos) .....	77
Tabla 53: Demanda de New York 2012 - 2016 del producto P.A: 2007.99.45.00 en toneladas. ....	77
Tabla 54: Método de mínimos cuadrados.....	78
Tabla 55: Demanda proyectada del mercado en toneladas.....	79
Tabla 56: Proyección de las exportaciones de la empresa (expresado en Kg.).....	79
Tabla 57: Lista de distribuidores de alimentos en New York, Estados Unidos. ....	85
Tabla 58: Principales Ferias en Estados Unidos. ....	86
Tabla 59: Presupuesto de participación en Feria Natural Products Expo Fast (02 personas) .....	87
Tabla 60: Presupuesto de promoción en Google adword.....	89
Tabla 61: Presupuesto de Merchandising (folletos, tarjetas, regalos) + Envío de Muestras .....	89
Tabla 62: Unitarización de cajas y paleta.....	100
Tabla 63: Unitarización de la carga.....	101
Tabla 64: Proveedores de Imagine Latine Fruit S.A.C. ....	102
Tabla 65: Infraestructura de PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.....	103
Tabla 66: Criterios para la selección de empresa proveedora de insumos. ....	105

Tabla 67: Ponderación para la selección de empresa proveedora de insumos.....	106
Tabla 68: Servicio de maquila de mermelada. ....	107
Tabla 69: Criterios para la selección de empresa procesadora. ....	108
Tabla 70: Criterios de selección para operadores logísticos. ....	121
Tabla 71: Medios de transporte.....	123
Tabla 72: Elección de medios de transporte. ....	123
Tabla 73: Técnicas de cuantificación de demora. ....	124
Tabla 74: Principales precios a nivel mundial de la partida 200799.....	127
Tabla 75: Principales precios de las exportaciones peruanas de la partida 2007999100 (Precio por kilogramos en dólares americanos).....	127
Tabla 76: Principales precios de empresas peruanas que exportan en la partida 2007999100 hacia New York. (Precio por unidad en dólares americanos).....	128
Tabla 77: Costo de producto tercerizado (Expresado en dólares).....	128
Tabla 78: Costos de exportación.....	129
Tabla 79:Gasto de personal (Expresado en dólares).....	129
Tabla 80: Gastos fijos (expresado en dólares).....	129
Tabla 81: Gastos de administrativos (Expresado en dólares). ....	130
Tabla 82: Gastos de ventas (Expresado en dólares). ....	130
Tabla 83: Costos Fijos (Expresado en dólares).....	130
Tabla 84: Costos variables (Expresado en dólares).....	131
Tabla 85: Costos Totales (Expresado en dólares).....	131
Tabla 86: Estructura de precio (Expresado en dólares). ....	131
Tabla 87: Ventajas y desventajas de la carta de crédito. ....	144
Tabla 88: Activos tangibles (Expresado en dólares). ....	150
Tabla 89: Activos intangibles (expresado en dólares).....	150
Tabla 90: Capital de trabajo.....	151
Tabla 91: Inversión total.....	153
Tabla 92: Estructura de financiamiento de la inversión. ....	154
Tabla 93: Flujo de Caja de Deuda (Expresado en dólares).....	155
Tabla 94: Créditos bancarios – Capital de trabajo para microempresas (Expresado en dólares).....	156
Tabla 95: Créditos – capital de trabajo para microempresas (Expresado en dólares). ....	156
Tabla 96: Condiciones de crédito. (Expresado en dólares). ....	157
Tabla 97: Costos de Producto Tercerizado (Expresado en dólares).....	158
Tabla 98: Costos de Producto Tercerizado (Expresado en dólares).....	158
Tabla 99: Costos de Exportación (Expresado en dólares). ....	158
Tabla 100: Materiales Indirectos (Expresado en dólares). ....	159
Tabla 101: Gastos de personal (Expresado en dólares). ....	159
Tabla 102: Gastos fijos (Expresado en dólares). ....	159
Tabla 103: Gastos administrativos (Expresado en dólares). ....	159

Tabla 104: Gastos de Ventas (Expresado en dólares).....	160
Tabla 105: Costos Fijos (Expresado en dólares).....	160
Tabla 106: Costos variables. ....	160
Tabla 107: Costos Totales (Expresado en dólares). ....	161
Tabla 108: Estructura de Precio (Expresado en dólares).....	161
Tabla 109: Ventas en los Próximos Años (Expresado en dólares). ....	162
Tabla 110: Saldo a favor del exportador (Expresado en dólares). ....	163
Tabla 111: Tasas de inflación del periodo 2012 al 2016 (Expresado en dólares). ....	164
Tabla 112: Tasas de devaluación del periodo 2012 al 2016 (Expresado en dólares). ....	164
Tabla 113: Factor de ajuste del periodo 2012 al 2016 (Expresado en dólares).....	164
Tabla 114: Costo variables.....	164
Tabla 115: Presupuesto proyectado de costos fijos (Expresado en dólares). ....	165
Tabla 116: Flujo de caja económico (Expresado en Dólares). ....	165
Tabla 117: Flujo de caja financiero (Expresado en dólares). ....	166
Tabla 118: Depreciación de activos fijos tangibles (Expresado en dólares). ....	166
Tabla 119: Amortización de activos fijos intangibles (Expresado en dólares). ....	167
Tabla 120: Amortización y Depreciación de activos (Expresado en dólares). ....	167
Tabla 121: Estado de ganancias y pérdidas. ....	167
Tabla 122: Resultados económicos. ....	168
Tabla 123: Periodo de Recuperación Económica (Expresado en dólares). ....	169
Tabla 124: Resultados Financieros.....	169
Tabla 125: Periodo de Recuperación Financiera (Expresado en dólares). ....	170
Tabla 126: Aporte propio.....	171
Tabla 127: Márgenes de Ganancia por Actividad Económica. ....	171
Tabla 128: Opciones de rentabilidad. ....	171
Tabla 129: Análisis de sensibilidad con tipo de cambio. ....	173
Tabla 130: Análisis de sensibilidad por costo de oportunidad. ....	174
Tabla 131: Análisis de Sensibilidad por Costo Promedio Ponderado de Capital.....	174
Tabla 132: Análisis de Sensibilidad Por Precio de Venta. ....	175

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Actividad Principal del código CIUU .....	3
Figura 2: Centro de ubicación de la empresa IMAGINE LATIN FRUIT SAC.....	5
Figura 3: Principios de la empresa IMAGINE LATIN FRUIT SAC.....	12
Figura 4: Valores de la empresa IMAGINE LATIN FRUIT SAC.....	13
Figura 5: Tipos de empresa y ventas anuales.....	14
Figura 6: Organigrama de la empresa IMAGINE LATIN FRUIT SAC.....	15
Figura 7: Regímenes tributarios.....	26
Figura 8: Componentes de la Planilla Electrónica.....	28
Figura 9: Componentes de la Planilla Electrónica.....	30
Figura 10: Contratos Comerciales de la empresa Imagine latin fruit SAC.....	31
Figura 11: Mermelada de Pomarrosa endulzada con estevia serán comercializados con marca blanca.....	35
Figura 12: Fruto de pomarrosa.....	36
Figura 13: Cadena de Valor de Michael Porter.....	39
Figura 14: Valor agregado externo.....	45
Figura 15: Proyección lineal.....	79
Figura 16: Estrategias de segmentación de Porter.....	81
Figura 17: Estrategia de distribución comercial.....	83
Figura 18: Distribución Física de Mermelada.....	84
Figura 19: Envase de mermelada de Imagine Latin fruit SAC.....	90
Figura 20: Cajas de Cartón traspalado.....	91
Figura 21: Separadores para frascos de mermelada.....	92
Figura 22: Medidas del pallet.....	93
Figura 23: Distribución de las cajas corrugadas por pallet.....	94
Figura 24: Elaboración propia del procedimiento de embalaje.....	94
Figura 25: Guía de Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios para Exportar Alimentos a los Estados Unidos.....	97
Figura 26: Marcado de la caja.....	99
Figura 27: Distribución de las áreas de la empresa IMAGINE LATIN FRUIT SAC.....	104
Figura 28: Estrategia para asegurar la producción con la empresa maquiladora.....	109
Figura 29: Proceso de producción de mermelada.....	110
Figura 30: Proceso Logístico.....	112
Figura 31: Requisitos FDA.....	116
Figura 32: Elección de la cadena logística internacional.....	124
Figura 33: Diagrama de flujo del crédito documentario.....	143
Figura 34: Flujo grama de Exportación Definitiva.....	149

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente plan de negocios se evalúa la factibilidad de exportar mermelada de Pomarrosa al mercado de Estados Unidos al estado de New York a la ciudad de New York.

Se ha considerado para el presente plan de negocios cinco capítulos los cuales son: organización y aspectos legales, plan de marketing internacional, plan de logística internacional, plan de comercio exterior y plan económico financiero.

El primer capítulo consiste en la creación y constitución de la empresa para ello se basa en diferentes aspectos como marco legal, tributario, laboral, factibilidad y ubicación, requisitos de INDECOPI.

El segundo capítulo presenta el análisis de la de forma cuantitativa de los aspectos de oferta, demanda y realiza proyecciones para determinar el tamaño de planta. El perfil del consumidor (mujeres y hombres entre 25 – 59% años que buscan fomentar el consumo de productos naturales).

El tercer capítulo detalla las condiciones con las que cumple el producto de acuerdo a la FDA (Food and Drug Administration), así como la Unitarización y cubicaje de la carga para su distribución física internacional.

El cuarto capítulo realiza un análisis de fijación de precios, presenta el contrato de exportaciones, determina el incoterm empleado que es FOB y elección del régimen de exportación.

El quinto capítulo se evalúa los estados financieros, flujos de caja, punto de equilibrio, análisis de viabilidad del negocio. La inversión inicial del proyecto asciende a \$ 44,25466. Según la tendencia de la demanda, la empresa tendrá ventas mayores a los \$ 88.000 en promedio. En el escenario moderado, se obtiene un VANF positivo de \$32,630.51, un TIRE de 65% y un beneficio/ costo de \$ 2.97; el periodo de recuperación de la inversión es al cuarto año.

## **1. ESTRUCTURA GENERAL DE PLAN**

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

### **2.1 Nombre y razón social.**

En este proyecto de inversión, la empresa tendrá el nombre de IMAGINE LATIN FRUIT SAC. Se decidió el nombre en inglés debido a que nuestro mercado objetivo es el estadounidense, buscando la identificación con el país destino Estados Unidos de Norte América.

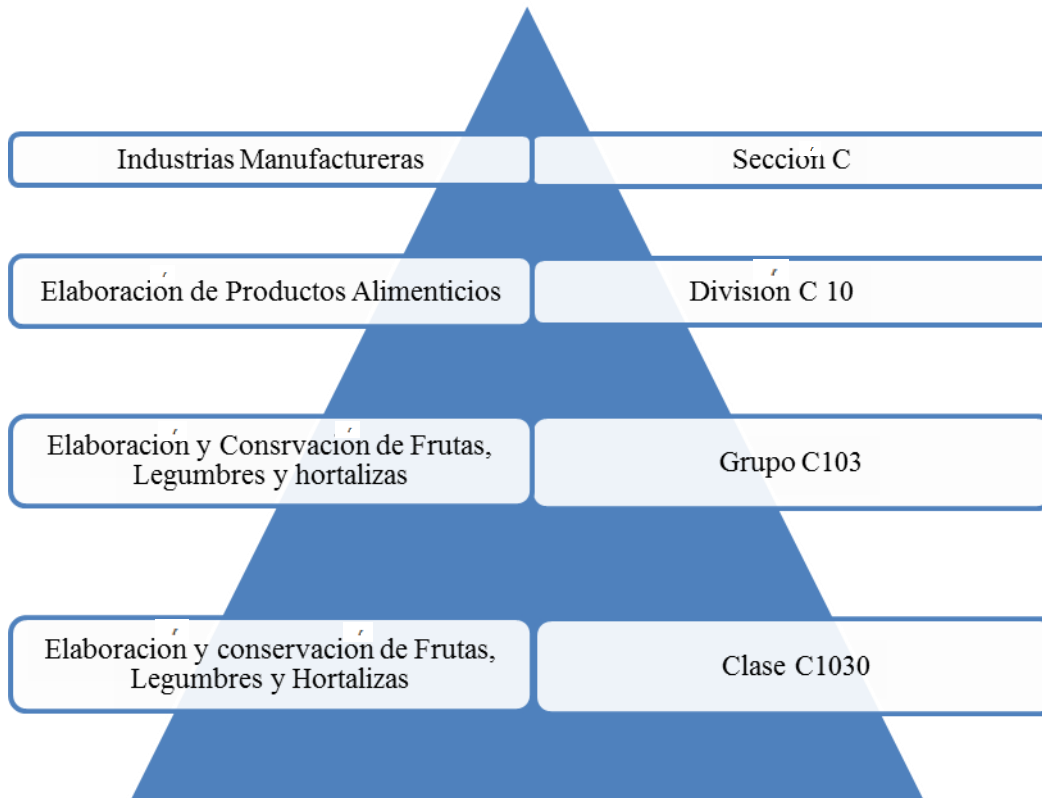
El significado en español vendría a ser imagina fruta latina, por lo que este novedoso fruto predomina en países de latinoamérica, dando una connotación de pureza y naturalidad del producto.

### **2.2 Actividad económica o codificación internacional.**

Según el **CIUU, (2015)**, la CIUU es una clasificación de actividades cuyo alcance está relacionado con todas las actividades económicas de bienes y servicios de un país, de esta manera permite organizar toda la información a fin de poder comparar con economías a nivel internacional.

En la siguiente tabla se presenta la codificación CIUU.





**Figura 1:** Actividad Principal del código CIUU

**Elaboración:** Propia

## 2.3 Ubicación y factibilidad municipal y sectorial

### 2.3.1 Ubicación

Para la ubicación de las instalaciones se realiza un análisis que permita evaluar el centro de gravedad, considerando un ambiente adecuado donde se puede desarrollar las operaciones administrativas y de almacenamiento. En esta oportunidad se considera como alternativa 4 distritos.

**Tabla 1:** Distritos de ubicación del negocio

Opciones	Distritos
A	Chorrillos
B	Villa el salvador
C	Ventanilla
D	Magdalena

**Elaboración:** Propia

**Tabla 2:** Método de factores ponderados para la localización del proyecto

Factores	Peso relativo	Calificación			
		A	B	C	D
<b>Proximidad a proveedores</b>	0.20	3	1	2	4
<b>Cercanía al puerto</b>	0.25	3	2	3	3
<b>Proximidad a servicios</b>	0.15	2	2	1	1
<b>Costos de alquiler del local</b>	0.25	3	3	2	2
<b>Seguridad</b>	0.15	3	1	3	2
<b>TOTAL</b>	1	2.80	1.85	2.20	2.45

**Elaboración:** Propia



**Figura 2:** Centro de ubicación de la empresa IMAGINE LATIN FRUIT SAC.

**Fuente:** Google Maps

La figura muestra que la empresa quedaría ubicada entre la calle Balarezo y el cruce de la avenida Malecón Grau, Chorrillos.

### **2.3.2 Factibilidad municipal**

El proyecto debe contar con un permiso municipal que le permita efectuar las operaciones cumpliendo con normativa municipal de Chorrillos.

Para este caso se acudiría a la Municipalidad de Chorrillos (Chorrillos, 2017) donde se podrá elaborar el trámite de licencia de funcionamiento.

El siguiente grafico nos permite visualizar el costo por la licencia de funcionamiento acorde a la Ley N° 28976 por ordenanza municipal así mismo como el tiempo de duración que tomara el trámite.

**Tabla 3:** Costo de alquiler de local y servicios

Licencia De Funcionamiento	
<b>El Costo del trámite para obtener la licencia</b>	S/ 200.00
<b>Se presentaría el expediente con toda la documentación completa</b>	tendría un plazo de 20 días hábiles

**Elaboración:** Propia

### 2.3.3 Factibilidad Sectorial

Según la Ley N° 28976 Ley Marco de licencia de funcionamiento, no es imprescindible contar con el certificado de zonificación para la licencia de funcionamiento, sin embargo sería necesaria la inspección por parte de defensa civil, quienes comprobaran de manera visual el cumplimiento de las normas de seguridad, la mencionada inspección se podrá solicitar vía web de la municipalidad de chorrillos una vez concluido el trámite de permiso de licencia de funcionamiento.

**Tabla 4:** Distribución de cada área de la empresa

Numeración	Área
<b>1</b>	Recepción
<b>2</b>	Sala de reuniones
<b>3</b>	Comercial
<b>4</b>	Baños
<b>5</b>	Archivo
<b>6</b>	RRHH
<b>7</b>	Logística de operaciones
<b>8</b>	Finanzas
<b>9</b>	Almacén
<b>10</b>	Administración

**Elaboración:** Propia

## 2.4 Objetivos de la empresa, Principio de la empresa en marcha

### 2.4.1 Foda

Para el análisis FODA se tomar en cuenta que hay un porcentaje que respetar de una calificación de 0 (muy malo) a 5 (muy bueno).

**Tabla 5: MATRIZ EFI**

Calificación: Rango de 0 (muy malo) – 5 (muy bueno)

FACTORES DETERMINANTES		PESO	VALOR	PONDERACIÓN
DE ÉXITO				
<b>FORTALEZAS</b>				
1	Capacidad de endeudamiento	0.2	3	0.6
2	Infraestructura adecuada	0.1	2	0.2
3	Personal capacitado	0.03	2	0.06
4	Producto con alta demanda internacional	0.1	2	0.2
5	Precios competitivos en el mercado	0.04	2	0.08
6	Reducción en los costos	0.1	4	0.4
7	Capacidad de suministro	0.03	3	0.09
8	Buena imagen corporativa y clima laboral	0.02	3	0.06
9	Calidad del producto	0.01	2	0.02
10	Responsabilidad social	0.02	2	0.04
<b>SUB – TOTAL</b>		<b>0.65</b>		<b>1.75</b>
<b>DEBILIDADES</b>				
1	No cuenta con alianzas estratégicas	0.01	1	0.01
2	Falta de experiencia en el mercado objetivo	0.03	2	0.06
3	Poca inversión en tecnología	0.04	1	0.04
4	Bajos ingresos en los primeros meses del proyecto	0.07	3	0.21
5	Poca inversión en promoción y publicidad	0.03	2	0.06
6	Falta de productos diversificados	0.03	3	0.09
7	Falta de marca propia	0.04	1	0.04
8	Bajo poder de negociación con los proveedores	0.04	4	0.16
9	Falta de un sistema logístico	0.03	3	0.09
10	La empresa no tiene una planta propia donde desarrollar todo el proceso productivo	0.03	2	0.06
<b>SUB – TOTAL</b>		<b>0.35</b>		<b>0.82</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>		<b>1.44</b>

La ponderación del resultado del panorama interno es de 2.57, lo cual se interpreta positivamente ya que es mayor al promedio (2.50), esto quiere decir que las estrategias de la empresa son las adecuadas para reducir las debilidades ya que cubren las necesidades de la organización manifestándose en un buen desempeño organizacional. A pesar de que la empresa posee una fuerte posición interna, es importante disminuir las debilidades con un mejor aprovechamiento de las fortalezas y los recursos de la organización.

**Tabla 6: MATRIZ EFE**

Calificación: Rango de 0 (muy malo) – 5 (muy bueno)

FACTORES DETERMINANTES DE ÉXITO		PESO	VALOR	PONDERACIÓN
<b>OPORTUNIDADES</b>				
1	Posible ingreso a diferentes estados de EEUU	0.03	4	0.12
2	Segmento objetivo con alto poder adquisitivo	0.04	3	0.12
3	Producto novedoso con altas probabilidades de crecimiento internacional	0.05	4	0.2
4	Elevar las exportaciones no tradicionales del país	0.15	3	0.45
5	volatilidad tipo de cambio	0.09	4	0.36
6	Aprovechar los segmentos insatisfechos que deja la competencia	0.09	3	0.27
7	Afianzar el vínculo comercial con los proveedores a fin de lograr el beneficio por igualdad	0.08	3	0.24
8	No cuenta con barreras arancelarias	0.07	4	0.28
9	Aumento de la demanda internacional por productos tropicales del Perú	0.09	3	0.27
10	PBI per cápita	0.09	1	0.09
<b>SUB – TOTAL</b>		<b>0.78</b>		<b>2.4</b>
<b>AMENAZAS</b>				
1	Probables cambios en los tratados de libre comercio	0.06	4	0.24
2	Entrada de nuevos competidores	0.03	1	0.03
3	Escases del producto por los cambios climáticos en la amazonia peruana	0.01	3	0.03
4	Falta de inversión	0.01	3	0.03

5	Poco conocimiento del producto	0.02	1	0.02
6	Alza en los costos logísticos	0.02	3	0.06
7	Alta competencia en el mercado de mermelada	0.02	1	0.02
8	Problemas con la disponibilidad del fruto por cambios climáticos, fenómenos naturales	0.02	2	0.04
9	Aumento de barreras no arancelarias	0.02	2	0.04
10	No es un producto de primera necesidad	0.01	1	0.01
<b>SUB – TOTAL</b>		<b>0.22</b>		<b>0.52</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>		<b>2.92</b>

La ponderación del resultado del panorama externo es de 2.92, mostrando una idea favorable al factor externo ya que es mayor al promedio (2.50), sin embargo las amenazas están presentes y se debe sacar mayor provecho a las oportunidades para que la empresa pueda encontrar un buen lugar en el mercado.

**Tabla 7: FODA CRUZADO**

<b>Factores Internos</b>  <b>Factores Externos</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
	1)Capacidad de endeudamiento 2)Precios competitivos en el mercado 3)Reducción en los costos. 4)Capacidad de suministros.	1)Bajos ingresos en los primeros meses de iniciado el proyecto. 2)Falta de diversificación de productos 3)No cuenta con una planta propia donde desarrollar todo el proceso productivo. 4)Falta de un sistema logístico.
<b>Oportunidades</b>	<b>Estrategias FO</b>	<b>Estrategias DO</b>
1)Posible ingreso a diferentes estados del país EEUU 2)Segmento con alto poder adquisitivo. 3)Elevar las exportaciones no tradicionales. 4)Aumento de la demanda internacional por productos tropicales del Perú	1)Elaborar estudios de mercados a fin de penetrar en nuevos estados (F1;O1) 2)Ofrecer un producto competitivo y que pueda ser en un futuro al alcance de muchos sectores económicos. (F2;O2) 3)Mejorar el índice de exportaciones en el	1)Minimizar el crédito a los clientes potenciales (D1;O1) 2)Diversificar el producto a fin de poder cubrir diferentes nichos de mercado (D2;O2) 3)Analizar la posibilidad de contar con pequeñas máquinas de producción.(D3;O3) 4)Implementar un sistema interno a fin de controlar financieramente los

	país.(F3;O3) 4)Incrementar la producción del sector agrario fomentando mayor producción de alimentos. F4;O4)	ingresos y egresos de la empresa (F4;O4)
<b>Amenazas</b>	<b>Estrategias FA</b>	<b>Estrategias DA</b>
1)Probables cambios en el tratado de libre comercio. 2)Entrada de nuevos competidores. 3)Alza en los costos logísticos 4)Problemas con la disponibilidad del fruto por cambios climáticos o fenómenos naturales.	1)Analizar nuevos países u economías como alternativas que se adecuen al producto. (F1;A1) 2)Evaluar convenios o contratos con los terceros que realizan la operatividad y logística de exportación (F2;A3) 3)Mantener bajos los costos de producción con la finalidad de lograr hacer frente a la competencia. (F3;A2) 4)Buscar proveedores como alternativas en otras.	1)Evitar brindar crédito a los compradores a fin de tener liquidez en menor tiempo (D1;A2) 2)Planificar nuevos productos dirigidos a mercados posiblemente potenciales (D2, A1) 3)Optimizar algunos proceso burocrático a fin de evitar costos logísticos innecesarios. (D4, A3) 4) Formar alianzas estratégicas con los proveedores como acuerdo comercial, a fin de evitar un alza en los costos. (D3, A4)

## 2.4.2 Objetivos:

### Objetivo general:

Determinar la viabilidad económica para las operaciones de comercialización y exportación de mermelada de pomarrosa hacia el mercado de Estados Unidos.

### Objetivos específicos:

- Incrementar las ventas al año en 4% en el año 2019.
- Lograr una participación de mercado del 0,06% para el primer año de exportación
- Reducir la alta rotación de personal a través de un aumento de sueldo en forma anual.
- Sustentar las ventas con un presupuesto de marketing
- Diversificar proveedores para asegurar la oferta exportable ante una alta demanda.
- Determinar la inversión del presente proyecto de exportación.
- Determinar la rentabilidad del proyecto.



### **2.4.3 Visión;**

Llegar a ser una empresa reconocida a nivel internacional en el año 2022, logrando el éxito mediante la calidad, naturalidad y valor nutricional del innovador producto.

### **2.4.4 Misión:**

“Somos una empresa orientada a la exportación de mermelada de pomarrosa endulzada con estevia al mercado de Estados Unidos, comprometida a brindar al consumidor un producto que contribuya a mejorar su calidad de vida en beneficio de nuestros clientes, socio, y del entorno que operamos”

### **2.4.5 Principios:**

**Eficiencia:** La empresa se preocupa por la eficiencia de cumplir con los lineamientos que la demanda de los consumidores exige.

**Capacidad al cambio:** La organización siempre debe estar orientada a los resultados, para ello se necesita el máximo rendimiento de sus colaboradores.

**Trabajo en equipo:** Fomentar a los colaboradores a desempeñar sus labores cotidianas en equipo, para lograr los objetivos de la empresa.

**Orientación a la mejora:** Como organización se promoverá la mejora con la meta de consolidarse en el mercado internacional llegando a diferentes economías.



**Figura 3:** Principios de la empresa IMAGINE LATIN FRUIT SAC.

**Elaboración:** Propia

#### 2.4.6 Valores

- **Compromiso:** lo más importante es la satisfacción de los clientes, es por ello que la empresa se compromete a realizar su mayor esfuerzo para ofrecer un producto que cumpla y supere sus expectativas, en los tiempos y condiciones pactadas.
- **Respeto:** con este valor se construye un ambiente donde el compromiso y la responsabilidad de cada colaborador es lo más importante. Por ello, la empresa tiene como clave respetar a todos los involucrados en los procesos propios de la empresa, tales como clientes, colaboradores, proveedores, medio ambiente, entre otros.
- **Confianza:** generar confianza es de suma importancia para la empresa ya que, si a los clientes se les ofrece un producto de calidad, se debe cumplir con ello, de esta manera podremos fidelizarlos. También es importante generar confianza con nuestros proveedores, cumpliendo los contratos, precios y tiempos pactados, de esta manera se puede garantizar un trabajo eficiente.

- **Honestidad:** es importante orientar las acciones hacia este valor promoviendo la verdad como una herramienta elemental para generar confianza y la credibilidad de la empresa. Este valor debe primar en todas las acciones de los colaboradores en los distintos procesos de la empresa.
- **Igualdad:** La empresa ofrece igualdad de trato y de oportunidades no sólo entre mujeres y hombres, sino entre todos sus colaboradores sin importar condición social o religión, esto se logra a través de planes de capacitación sobre la igualdad en el trabajo.

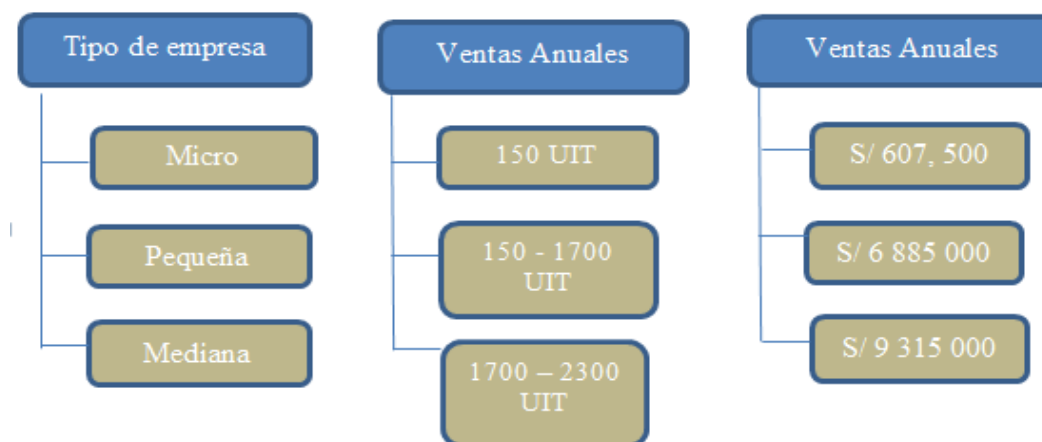


**Figura 4:** Valores de la empresa IMAGINE LATIN FRUIT SAC.

**Elaboración:** Propia

## 2.5 Ley de MYPE Micro y pequeña Empresa.

Según lo expuesto por la Ley N° 30056, la cual fue publicada el 2 de julio de 2013, en el diario oficial el Peruano, con el fin de poder facilitar la inversión impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial de todas las microempresas, considerando que debería llevar un control o contabilidad de acuerdo a los ingresos brutos anuales que registra siendo así se lleva un tratamiento acorde a este régimen.

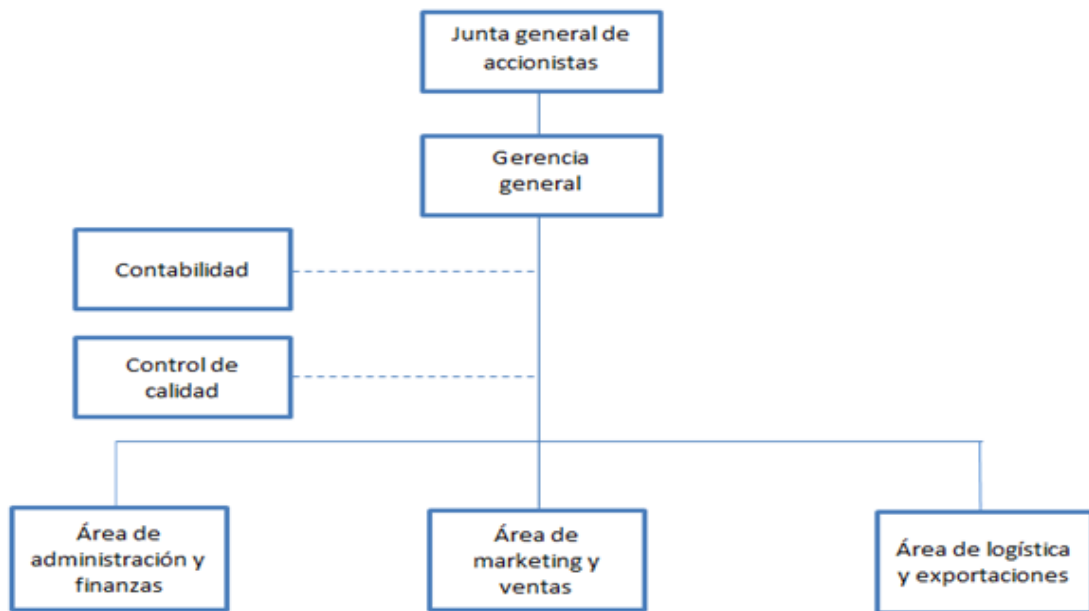


**Figura 5:** Tipos de empresa y ventas anuales.

**Elaboración:** Propia

## 2.6 Estructura Orgánica

La estructura orgánica de la empresa IMAGINE LATIN FRUIT SAC, está constituida de la siguiente manera:



**Figura 6:** Organigrama de la empresa IMAGINE LATIN FRUIT SAC.

**Elaboración:** Propia

### **Junta General**

- Son los socios y mayores accionistas de la empresa
- Analizan la situación de la empresa a base de indicadores.
- Toman las decisiones para estabilizar la organización

### **Gerente General:**

- Diseña planes estratégicos a fin de ponerlos en ejecución, para mejorar la empresa.
- Rinde cuentas a la junta directiva a través de informes.
- Planifica y coordina las labores de las áreas de la empresa.
- Controla que el presupuesto anual se realice según lo planificado.
- Propone nuevas propuestas para mejorar la gestión de la empresa
- Para este cargo se requiere un profesional de las carreras de administración, economía o ingeniería industrial; con un mínimo de 3 años de experiencia.

### **Asistente de administración y Finanzas:**

- Administra el presupuesto financiero de la empresa
- Gestiona el financiamiento bancario.
- Supervisión de inventarios.
- Administra las remuneraciones de los colaboradores.
- Controla el cumplimiento de las políticas financieras.
- Para este cargo se requiere un egresado de las carreras de administración o economía, con un mínimo de 1 año de experiencia.

### **Asistente de logística de operaciones:**

- Recibir todas las solicitudes de ventas generadas por el área comercial
- Controlar que toda las solicitudes se estén cumpliendo con el debido plazo establecido
- Mantener un índice del stock de la carga.
- Gestionar la documentación adecuada para la exportación.
- Informar el estatus del seguimiento de cada exportación al momento de la llegada al país destino.
- Para este cargo se requiere un profesional de las carreras de administración; con un mínimo de 1 año de experiencia.

### **Asistente Comercial:**

- Interactuar con las empresas del extranjero
- Diseñar mejores ofertas de ventas.
- Exposición de nuevas presentaciones del producto.
- Investigar nuevos mercados.
- Programar el adelanto o balance de pagos por parte de los compradores.
- Para este cargo se requiere un profesional de las carreras de administración, o marketing; con un mínimo de 2 años de experiencia.

### **Servicios de terceros: Contabilidad**

- Verificar toda la facturación de proveedores y clientes emitida en el mes.

- Enviar el estatus contable de la empresa.
- Enviar la declaración mensual ante Sunat
- Analizar y verificar que los impuestos se realicen cumpliendo las normas y plazos establecidos.
- Gestionar la elaboración de los libros contables.
- Para este cargo se requiere un contador colegiado o un estudio de asesoría contable con experiencia en Tributación.

### Servicios de terceros: Control de calidad

- Supervisar el proceso de producción a la empresa que nos hará la maquila en cada exportación que se realice.
- Elaborar un reporte de la supervisión a la empresa maquiladora.
- Informar inmediatamente cualquier cambio que no esté prescrito en nuestra especificación técnica.
- Para este cargo se requiere un profesional de la carrera Ingeniería en industrias alimentarias con un mínimo de 3 años de experiencia.

### 2.7 Cuadro de Asignación de Personal:

En el cuadro de asignación de personal, se detalla la distribución de los sueldos y los beneficios sociales del personal de la empresa Imagine Latin Fruit SAC

**Tabla 8:** Asignación de personal de la empresa Imagine Latin Fruit S.A.C (en Dolares)

Descripción	N° de empleados	Sueldos	Pago mensual	Pago anual	Vacaciones	Sub total	ES SALUD 9%	Total anual
Gerente General	1	1,077	1,077	12,385	538	12,923	1,163	14,086
Asistente de Comercio Exterior y Logística	1	369	369	4,246	185	4,431	399	4,830
Asistente de Ventas y Marketing	1	369	369	4,246	185	4,431	399	4,830
Asistente de Administración y Finanzas	1	369	369	4,246	185	4,431	399	4,830
Total	4							28,575

**Elaboración:** Propia

**Tabla 9:** Cuarta categoría – servicio de terceros (en Soles)

Cargo	N° de personal	Sueldo S/.	Sueldo anual S/.	Vacaciones 1/2 sueldo	Es salud 9%	Total Anual S/.
Contabilidad	1	77	923			923
Control de calidad	1	92	1,108			1,108
<b>Total</b>		<b>169</b>	<b>2,031</b>			<b>2,031</b>

**Elaboración:** Propia

## 2.8 Forma jurídica empresarial

La empresa será constituida según la modalidad de persona jurídica, ya que es una organización que puede ser formada por una o varias personas naturales, y una o varias personas jurídicas, por lo quienes tendrán la representación y responsabilidad serán los socios de la organización, es por ello que se procede a detallar los siguientes tipos de organización en la que se escogerá la opción que más se perfila para el plan de negocio.

### 2.8.1 Sociedades de formas jurídicas empresariales

Las siguientes son la sociedades de formas jurídicas empresariales que según (Proinversion, 2017)

**Sociedad de Responsabilidad Limitada:** De 2 a 20 accionistas, Representada por participantes y debe ser pagada cada participación por lo menos en 25%.

La transferencia de participaciones se formaliza mediante escritura pública y debe inscribirse en Registro Público de Personas Jurídicas.

**Sociedad Anónima Abierta:** Es aquella que realizó oferta primaria de acciones u obligaciones convertibles en acciones, tiene más de 750 accionistas, más del 35% de su capital pertenece a 175 o más accionistas, se constituye como tal o sus accionistas deciden la adaptación a esta modalidad.

Constituida por una junta General de Accionistas, Directorio y Gerencia. Representado por participaciones y deberá estar pagada cada participación por lo menos en un 25%



**Sociedad Anónima Cerrada:** 2 a 20 accionistas como mínimo. No existe número máximo.

Constituida por una junta General de Accionistas, Directorio y Gerencia.

**Sociedad Anónima:** 2 accionistas como mínimo. No existe número máximo.

Constituida por una junta General de Accionistas, Directorio y Gerencia.

Régimen Mype Tributario: En función a la utilidad (solo sobre la ganancia). Reducción de la tasa de impuesto en escala progresiva (10% hasta 15 UIT de utilidad) 29.5% (por exceso de 15UIT de utilidad)

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

Se concluyó que la S.A.C. tiene dos ventajas importantes frente a la S.R.L.

- Modalidad pensada para pequeños negocios, con poco número de personas como accionistas, con socios conocidos generalmente familiares o amigos como es el caso de este plan de negocio.
- Transferencia de acciones:  
Al no requerir de escritura pública ni inscripción en Registros Públicos se protege la privacidad de la transferencia de acciones de la empresa que en el caso de la S.R.L sería de conocimiento público.  
Es un trámite efectivo, ya que evita demoras en el proceso como es el caso de la S.R.L donde es más complejo.

Posteriormente, a la revisión de cada concepto, se procede a definir a escoger la forma jurídica la cual se decidió por Régimen Mype Tributario (RMT), considerando que cumple con las características mencionadas.

Además que ayudará a la organización a no exceder en los costos laborales así mismo con los tributarios, por lo consiguiente la inversión inicial será de un 45% de capital propio el cual la empresa representara y el 55% será un aporte financiado por parte del Banco de crédito del Perú.

**Tabla 10:** Aporte de socios en nuevos soles.

Nombre del Accionista	Capital	Valor	Acciones	%
Primer accionista	45,305.70	10	4,531	70%
Segundo accionista	9,708	10	971	15%
Tercer accionista	9,708	10	971	15%
<b>Total aporte propio</b>	64,722		6,472	100%

**Elaboración:** Propia

## Procedimiento para constituir una empresa

### Inscripción de la empresa en los registros públicos.

Verificar que el nombre de la empresa no esté inscrito por otras empresas en la SUNARP. Asimismo, al buscar los nombres existentes, se debe asegurar de que éstos no se parezcan ni suenen igual al que se va a usar. Una vez registrado la razón social, ninguna empresa podrá inscribirse con ese nombre, siendo efectiva la reserva por un plazo de 30 días.

**Tabla 11:** Pago de derechos registrales

Derechos Registrales	Costo en S/.
Búsqueda	5
Reserva (el formato se detallara en el anexo N°1	18

**Fuente:** SUNARP

**Elaboración:** propia

### B. Elaboración de la minuta

La minuta es un documento en el cual el miembro o los miembros de la empresa manifiestan su voluntad de constituirla, y en donde se señalan todos los acuerdos respectivos. En la minuta deben figurar:

- Los datos generales del miembro o miembros de la empresa: Nombres y
- Apellidos, edad y número de DNI.

- El giro de la empresa a qué se va a dedicar.
- El tipo de empresa: E.I.R.L, S.R.L, S.A o SAC.
- El tiempo de duración de la empresa: aquí se indica si va a funcionar por un Plazo fijo o indeterminado.
- Cuándo va a iniciar las actividades comerciales de la empresa.
- El lugar donde va a funcionar la empresa (domicilio comercial).
- Indicar quien va a administrar o representar a la empresa.
- Los aportes de cada miembro: los cuales pueden ser: Bienes dinerarios, Como dinero, cheques, pagarés, letras de cambios, etc. y bienes no Dinerarios.
- Como inmuebles o muebles tales como escritorios, sillas, etc.
- El capital social o patrimonio social de la empresa.
- El formato de la minuta se detallara en el anexo N°2

**Tabla 12:** Pago por elaboración de la minuta

Descripción	Costo en S/.
Elaboración de la Minuta	200

**Fuente:** Abogados

**Elaboración:** Propia

#### A. **Elevar la minuta a escritura pública:**

Los socios de la empresa deberán acudir y llevar la minuta al notario público para que la revise y la eleve a escritura pública. Una vez elevada la minuta, ésta no se puede cambiar. Al final, se genera la escritura pública, testimonio de sociedad o Constitución Social, mediante el cual se da fe de que la minuta es legal, debiendo estar firmada y sellada por el notario público. Los documentos que deberán llevarse junto con la minuta son:

- Constancia o comprobante de depósito del capital social aportado en una cuenta bancaria a nombre de la empresa.
- Inventario detallado y valorizado de los bienes no dinerarios.

- Certificado de búsqueda y reserva del nombre emitido por la SUNARP.

**Tabla 13:** Pago a la Notaria

Descripción	Costo en S/.
Servicios del Notario Público	180

**Fuente:** Notaria Herrera Portuondo.

**Elaboracion:** Propia

#### B. Inscribir la escritura pública en la SUNARP

Una vez obtenida la escritura pública de constitución de la empresa, se deberá llevar a la SUNARP, junto con la copia del DNI de la persona que va hacer el trámite, en donde se presentará la solicitud de inscripción de título, y se pagará los derechos registrales. El documento ingresado se denominará “Título” y se le asignará un N° de solicitud, con ello se puede hacer seguimiento a través de la página web de la SUNARP y en un plazo máximo de 24 horas el área registral calificará el documento, si el registrador público no encuentra ningún defecto en el título, se otorgará un número de partida, que es como el DNI de la empresa y un número de asiento de inscripción, en donde figura el estatuto de la empresa.

**Tabla 14:** Pago de derechos registrales en SUNARP

Descripción	Costo en S/.
Por derecho de calificación	41
Por Nombramiento de apoderado	23
Por derechos de inscripción - Fórmula (3x Capital Social/1000)	45
<b>Monto Total por derechos registrales</b>	<b>109</b>

**Fuente:** SUNARP

## 2.9 Registro de Marca y Procedimiento en INDECOPI

INDECOPI, (2017) Una marca es aquella que logra diferenciar con el resto con productos y servicios, combinando diferencia de edades y estilos, estatus, considerando que

hoy en día una marca es tan poderosa en la mente de los consumidores que se logra identificar lo bueno y lo que se desea consumir.

La empresa Imagine Latin Fruit S.A.C. iniciará sus exportaciones con una marca blanca por tres primeros años, a partir del cuarto año se planea contar con una marca propia para lo cual deberá ser capaz de diferenciarse de otras que existan en el mercado, con la finalidad de que el consumidor distinga el producto de otro de la misma especie o idénticos que se encuentren en el mercado.

De esta manera toda marca quiere lograr el éxito impactando en el consumidor llegando al éxito como producto que tiene la facilidad de permanecer en la mente de las personas.

Procesos para el registro de una Marca:

- ✓ Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente

(Dos para la Autoridad y uno para el administrativo).

- ✓ Indicar los datos de identificación del(s) solicitante(s):

1. Para el caso de personas naturales: consignar el número del Documento Nacional de Identidad (DNI) o Carné de Extranjería (CE) e indicar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso
  2. Para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
  3. En caso de contar con un representante, se deberá de indicar sus datos de identificación y será obligado presentar el documento de poder.
- Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).
  - Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).

- De reivindicarse prioridad extranjera sobre la base de una solicitud de registro presentada en otro país, deberá indicarse el número de solicitud cuy a prioridad se reivindica, así como el país de presentación de la misma. En esta situación particular, se deberá adjuntar copia certificada emitida por la autoridad competente de la primera solicitud de registro, o bien certificado de la fecha de presentación de esa solicitud, y traducción al español, de ser el caso.
- Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 562.95 Nuevos Soles. Este importe deberá pagarse en la sucursal del Banco de la Nación ubicado en el Indecopi-Sede Sur, Calle De La Prosa N° 104-San Borja, o bien realizar el pago a través de una de las modalidades que se ofrecen.

Una vez completados los requisitos en el plazo establecido, se emitirá una orden de publicación, la cual deberá presentarse en las oficinas del diario oficial El Peruano para solicitar su publicación por única vez. El costo de la publicación debe ser asumido por el solicitante.

Si se solicita a través de diferentes expedientes el registro de una misma marca con relación a productos y/o servicios de distintas clases, se podrá pedir - dentro de los 10 días siguientes a la presentación de las solicitudes- la emisión de una orden de publicación múltiple (que contenga todos los pedidos). En caso contrario, se emitirán órdenes de publicación independientes. Dentro del plazo improrrogable de 30 días hábiles de recibida la orden de publicación, el solicitante debe realizar su publicación en el diario oficial El Peruano.

El formato de la solicitud de registro de nombre comercial se detallara en el anexo N°3

El formato de la solicitud de registro de marca se detallara en el anexo N°4

## **2.10 Requisitos y trámites municipales.**

Para el trámite municipal, recurriremos a la municipalidad de Chorrillos, se debe dirigir al área de atención al cliente donde se brinda la mayor información y guía acerca de la apertura de negocios micro, pequeña y desarrollo empresarial.

### **2.10.1 Requisitos para obtener la licencia de funcionamiento:**

Según (Chorrillos, 2017) cumpliendo la ley 28976, promulgada como ley marco de licencia de funcionamiento, debemos cumplir los siguientes requisitos:

1.- Llenar la solicitud de licencia de funcionamiento con carácter de declaración jurada que incluya :

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

**B.** 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.

1) Vigencia de poder de representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.

2) Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad o Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil de Detalle o Multidisciplinaria según corresponda.

3) Adicionalmente, de ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:

a) Copia Simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.

b) Informar sobre el número de estacionamientos de acuerdo a la normativa vigente, en la Declaración Jurada.

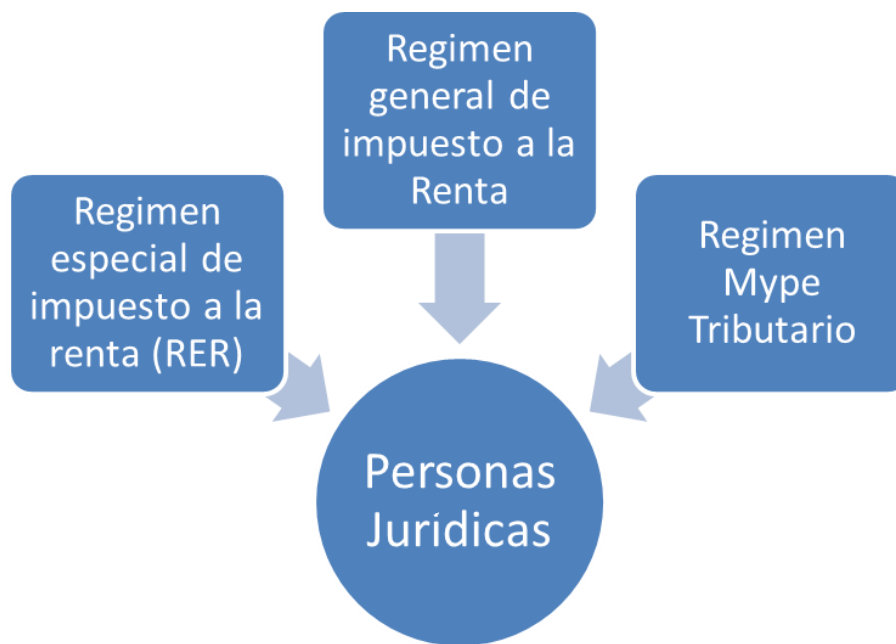
c) Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que conforme a la Ley la requieran de manera previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento.

d) Copia simple de la autorización.

El formato de la licencia de funcionamiento de la municipalidad de chorrillos se detallara en el anexo N°6

## 2.11 Régimen tributario, procedimiento desde la obtención del RUC y modalidades

Según la administración tributaria SUNAT, se debe cumplir la obligación del régimen tributario, apenas la empresa se ponga en funcionamiento debemos tener una asignación como persona jurídica o natural a fin de evitar evadir impuestos generando un desbalance patrimonial. Considerando este criterio la empresa la Imagine latin fruit SAC se acogerá al régimen mype tributario.



**Figura 7:** Regímenes tributarios.

**Fuente:** superintendencia de administración tributaria SUNAT 2017

**Elaboración:** Propia



**1. Régimen General:** Llevar libros contables (si los ingresos son menores a 100 UIT se debe llevar registro de ventas e Ingresos, registro de compras, libro de inventarios y balances, libro caja y bancos y registro de activos fijos. De ser mayores a 100UIT debe llevar la contabilidad completa, presentar una declaración jurada anual, se realizan pagos mensuales y emitir comprobantes de pago (boletas, facturas, notas de crédito)

**2. Régimen Especial:** Se debe llevar libros contables así como registro de compras y ventas. Los activos fijos no deben superar los S/ 126,000. (Se emiten comprobantes de pago boletas facturas notas de crédito).

**3. Régimen Mype Tributario:** Aquellos cuyos ingresos no superen los 1700 UIT, se debe llevar libros contables detallando el registro de compras, registro de ventas y libro diario formato simplificado. Se tomara en cuenta los siguientes puntos.

**a) Personas comprendidas:** Ingresos menores a 1700 UIT.

**b) Personas no comprendidas:** Cuyos ingresos superan los 1700UIT

**c) Acogimiento al RTM:** al inicio de las actividades.

**d) Obligación de ingreso al RTM:** En cualquier mes del año en iniciada las actividades.

**e) Inclusión de oficio al RTM por parte de Sunat:** que no se encuentren inscritos en el RUC.

**f) Declaración de pago:** se realiza anualmente.

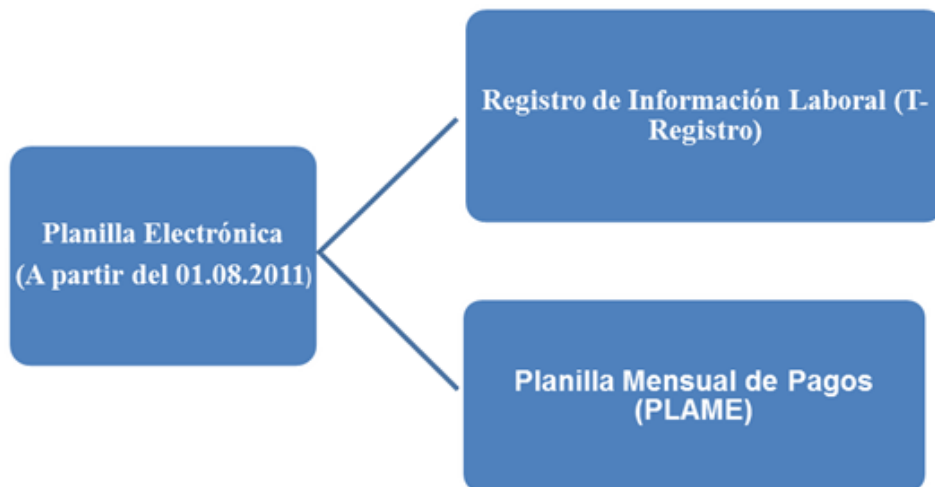
**g) Impuestos a pagar:** se realizan mediante la presentación de una declaración jurada anual.

**h) Libros contables:** Registro de compras, registro de ventas, libro diario, y libros dispuestos por el segundo párrafo del Ley impuesto a la Renta.

## **2.12 Registro de Planilla Electrónica (PLAME)**

La planilla electrónica, es un documento llevado a través de los medios informáticos desarrollados por la SUNAT, mediante el cual se puede encontrar información de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación, modalidad formativa laboral y otros (practicantes) y personal de terceros.

En la figura N° 9 se puede observar que La planilla electrónica está conformada por dos (02) componentes, los cuales se muestra en el siguiente:



**Figura 8:** Componentes de la Planilla Electrónica.

**Fuente:** SUNAT

**Elaboración:** Propia

Imagine Latin Fruit S.A.C, cumplirá con el T- registro de los trabajadores, entre otros dentro del día en que ingresarán a prestar servicios a la empresa.

Asimismo, ingresará con la clave SOL al PDT PLAME con el fin de cumplir con la presentación de la planilla mensual de pagos y con la declaración de las obligaciones que se generen. Esta planilla se presentará de forma mensual de acuerdo al cronograma que establezca la SUNAT.

### 2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral

La empresa Imagine latin fruit SAC se acogerá al régimen laboral especial de la micro empresa ya que cumple con todas las características de este régimen, y según la proyección de ventas éstas no superarían los 150 UIT en el año.

En la siguiente tabla se detallaran los beneficios que corresponde al Régimen Especial para los trabajadores que pertenecen a la micro empresa y a la pequeña empresa:

**Tabla 15:** Beneficios de trabajadores, según RER

<b>Micro empresa</b>	<b>Pequeña empresa</b>
Remuneración Mínima Vital (S/850)	Remuneración Mínima Vital (S/850)
Jornada de trabajo de 8 horas	Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados	Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo	Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de 15 días calendarios	Descanso vacacional de 15 días calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)	Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura Previsional	Cobertura Previsional
Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)	Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
	Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)
	Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad)
	Derecho a participar en las utilidades de la empresa
	Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
	Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

**Fuente:** SUNAT

**Elaboración:** Propia

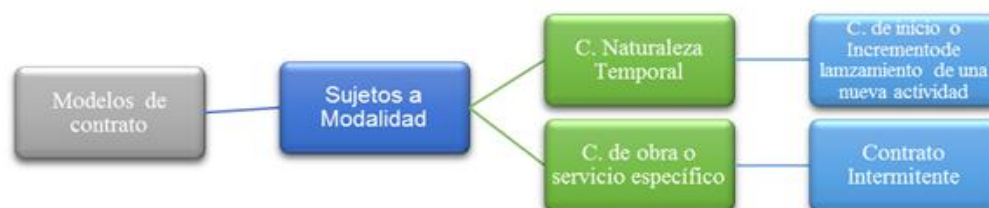
La remuneración mínima vital en la actualidad es de S/ 850, este aumento entro en vigencia desde el 01 de mayo del 2016, como se puede observar en el siguiente cuadro:

Dispositivo	Vigencia		Sueldo
D.S N° 011-2011-TR	Del 15.08.2011	al 31.05.2012	S/ 675.00
D.S. N° 007-2012-TR	Del 01.06.2012	31.04.2016	S/ 750.00
D.S. N° 005-2016-TR	Del 01.05.2016	En adelante	S/ 850.00

**Fuente:** Ministerio del trabajo y promoción del empleo

**Elaboración:** Propia

## 2.14 Modalidades de Contratos Laborales



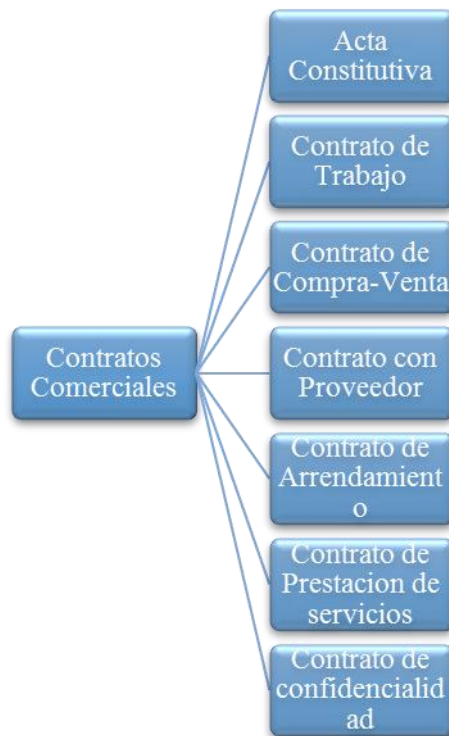
**Figura 9:** Componentes de la Planilla Electrónica.

**Fuente:** Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

La modalidad de contrato que la empresa Imagin latin fruit SAC adoptará, es la de un contrato de inicio de lanzamiento de una nueva actividad. Por consiguiente, los contratos tendrán una duración de 12 meses, renovados anualmente según su desempeño.

## 2.15 Contratos comerciales y responsabilidad civil de los accionistas.

Los contratos comerciales que empleará la empresa Imagine latin fruit SAC, será desde la constitución de la empresa, la necesidad de contratar trabajadores, compras de insumos, trato con nuestro comprador en el país importador y el alquiler del local.



**Figura 10:** Contratos Comerciales de la empresa Imagine latin fruit SAC.

**Elaboración:** Propia

Es importante contar con ciertos mecanismos jurídicos, los cuales ayuden a defender los intereses de la empresa ante cualquier eventualidad, según la figura N° 12 explicamos brevemente los contratos comerciales:

- **Acta constitutiva:** El contrato social es el que le da vida a la empresa y es de vital importancia saber bajo que modalidad va a constituir su PYME, dependiendo de la actividad que desarrollará y los socios que la van a conformar dentro de ella.
- **Contrato de trabajo:** Es primordial contar con un contrato de trabajo para delimitar las condiciones laborales de los trabajadores y empleador.

- **Contrato de compra-venta:** Es importante que, al comercializar los bienes o servicios, se tiene que celebrar contratos de compraventa. Este contrato sirve principalmente para delimitar las condiciones, en las cuales se van a vender los productos.
- **Contrato con Proveedor:** Por un lado, hay una parte que se obliga a cumplir a favor de otra, en forma independiente, prestaciones periódicas o continuadas de cosas o servicios, a cambio de un pago o contraprestación.
- **Contrato de arrendamiento:** Si la empresa alquila un inmueble de un tercero, se necesita este contrato ya que delimita los derechos y obligaciones de las partes.
- **Contrato de prestación de servicios:** Este tipo de contrato tiene como finalidad pactar servicios de profesionales a un costo menor, sin la necesidad de ingresar personas a la planilla de la empresa.
- **Contrato de confidencialidad:** En cuanto a tecnología, los procesos de elaboración y comercialización de bienes representan un activo sumamente importante para la empresa, es necesario contar con un contrato de confidencialidad que resguarde esos procesos en el supuesto que no se cuente con la marca o patente registrada ante INDECOPI.

#### - **Responsabilidad Civil de los accionistas**

Los accionistas de la empresa Imagine latin fruit SAC deberán ser responsables y aceptar las consecuencias de sus actos. Para que exista la responsabilidad, el autor del acto u omisión que haya generado una consecuencia que afecte a terceros, debe haber actuado libremente y en plena conciencia.

#### **Responsabilidad civil**

Según la Ley General de Sociedades N° 26887, debemos resaltar los siguientes puntos:

#### **Artículo 48.- Arbitraje.**

Los socios o accionistas pueden en el pacto o en el estatuto social adoptar un convenio arbitral para resolver las controversias que pudiera tener la sociedad con sus socios,

accionistas, directivos, administradores y representantes, las que surjan entre ellos respecto de sus derechos u obligaciones, las relativas al cumplimiento de los estatutos o la validez de los acuerdos y para cualquier otra situación prevista en esta ley.

El convenio arbitral alcanza a los socios, accionistas, directivos, administradores y representantes que se incorporen a la sociedad así como a aquellos que al momento de suscitarse la controversia hubiesen dejado de serlo.

El convenio arbitral no alcanza a las convocatorias a juntas de accionistas o socios. El pacto o estatuto social puede también contemplar un procedimiento de conciliación para resolver la controversia con arreglo a la ley de la materia.

#### **Artículo 114.- Junta obligatoria anual**

La junta general se reúne obligatoriamente cuando menos una vez al año dentro de los tres meses siguientes a la terminación del ejercicio económico, que tiene por objeto:

- Pronunciarse sobre la gestión social y los resultados económicos del ejercicio anterior expresados en los estados financieros del ejercicio anterior.
- Resolver sobre la aplicación de las utilidades, si las hubiere.
- Elegir cuando corresponda a los miembros del directorio y fijar su retribución;
- Designar o delegar en el directorio la designación de los auditores externos, cuando corresponda.
- Resolver sobre los demás asuntos que le sean propios conforme al estatuto y sobre cualquier otro consignado en la convocatoria.

#### **Artículo 115.- Otras atribuciones de la junta**

- Remover a los miembros del directorio y designar a sus reemplazantes;
- Modificar el estatuto;
- Aumentar o reducir el capital social;
- Emitir obligaciones;

- Disponer investigaciones y auditorías especiales;
- Acordar la transformación, fusión, reorganización y disolución de la sociedad, así como resolver sobre su liquidación; y,
- Resolver en los casos en que la ley o el estatuto dispongan su intervención y en cualquier otro que requiera el interés social.

#### **Artículo 184.- Caducidad de la responsabilidad**

La responsabilidad civil de los directores caduca a los dos años de la fecha de adopción del acuerdo o de la de realización del acto que originó el daño, sin perjuicio de la responsabilidad penal.

En el caso de la empresa que estamos por constituir, todos y cada uno de los colaboradores tenemos un papel muy importante ya que todos somos responsables de la organización.



### 3.PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

#### 3.1 Descripción del producto.

La mermelada de pomarrosa endulzada con estevia es un producto original de la empresa Imagine Latin Fruit SAC, la cual es una nueva propuesta para el mercado de los Estados Unidos, dando una presentación de un producto natural y funcional.

Según códigos internacionales (CODEX STAN 296-2009) se entiende por mermelada al producto preparado de frutas enteras, en trozos o machacadas con productos alimentarios que confieren un sabor dulce, hasta obtener un producto semi líquido.

La mermelada de Pomarrosa presentará las siguientes características:

- Elaborado a base de Pomarrosa.
- Endulzado con estevia.
- Su consistencia será untable.
- La proporción de frutas y hortalizas no será inferior a 30% de las partes del producto.
- Tendrá aroma y sabor propio.



**Figura 11:** Mermelada de Pomarrosa endulzada con estevia serán comercializados con marca blanca.

La Mermelada de Pomarrosa endulzada con estevia serán comercializados con marca blanca.

Las mermeladas serán elaboradas a base de 100% fruta, considerando la corta época de escasez y la abundancia que muestra en zonas tropicales del país.

De acuerdo a la planificación, el producto contara con marca blanca la cual poseerá una presentación en pomo de vidrio de 340 gramos / 12 oz., con la finalidad de ser usado en cualquier momento del día y de preservar los componentes como vitaminas y proteínas que favorecen a la salud.

Este producto es apto para todos, sin embargo también es una alternativa para personas que sufren de diabetes, ya que por contener estevia es apto para personas que sufren esta enfermedad, así mismo por sus grandes beneficios en proteínas y vitaminas también puede ayudar a mejorar la alimentación dentro de una dieta balanceada.

Para conocimiento general se dará una explicación breve de la fruta pomarrosa la ubicación y sus características.

Es un árbol que mide 6 metros de hojas grandes y posee flores de color blanco crema o blanco verdoso de 5 a 10cm crece en la Amazonia peruana por ejemplo en las regiones de Amazonas, San Martín y Ucayali.



**Figura 12:** Fruto de pomarrosa.

**Fuente:** Instituto peruano de exportadores del Perú.

### 3.1.1 Clasificación arancelaria.

La mermelada de pomarrosa se acogerá a la clasificación arancelaria, según la validación de la Cámara de Comercio de Lima, es la siguiente (mostrada en la tabla N°16)

**Tabla 16:** Clasificación arancelaria del producto mermelada de Pomarrosa en Perú.

En El Perú (País Origen)	
SECCIÓN:IV	Productos De Las Industrias Alimentarias; Bebidas, Líquidos Alcohólicos Y Vinagre; Tabaco Y Sucedaneos Del Tabaco, Elaborados.
CAPÍTULO:20	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas
CÓDIGO	
20.07	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.
2007.99.91.00	Confituras, jaleas y mermeladas.
En Estados Unidos (País Destino)	
2007.99.45.00	Other Paste and purees

**Fuente:** SUNAT.

**Elaboración:** propia.

En cuanto a convenios podemos asegurar que cuenta con liberación del 100% debido a 802 – ACUERDO DE PROMOCIÓN COMERCIAL PERÚ – EE.UU: que rige desde 01/01/2012 hasta hoy, de los cuales el porcentaje liberado de Ad valorem es el 100%.

**Tabla 17:** Clasificación arancelaria del producto mermelada de Pomarrosa en destino.

En Estados Unidos (País Destino)						
Heading/ Subheading	Stat Suf Fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty		
				1		2
				General	Special	
2007.99.45	00	Other	Kg	5.6%	Free( A, AU,BH, CA, CL,CO, D,E,IL,JO,KR,MA,MX,OM,P,PA, PE,SG)	35%

**Fuente:** USITC.

**Elaboración:** propia con fuente de USITC.

### 3.1.2 Propuesta de valor:

La propuesta de valor de la empresa busca satisfacer la necesidad de consumir un producto con beneficios para la salud y de gran valor nutricional, siendo la mermelada de pomarrosa endulzada con estevia un sabor innovador, contando con una presentación agradable. De esta manera tiene como objetivo ingresar a un mercado que muestra una tendencia de consumidores que prefieren productos orgánicos y saludables.

Realizando una investigación previa se obtiene como un antecedente relevante que el país de Estados Unidos es un mercado exigente en el consumo de productos orgánicos y de calidad, ya que la población norteamericana viene tomando conciencia sobre las enfermedades que están presentando por una mala alimentación.

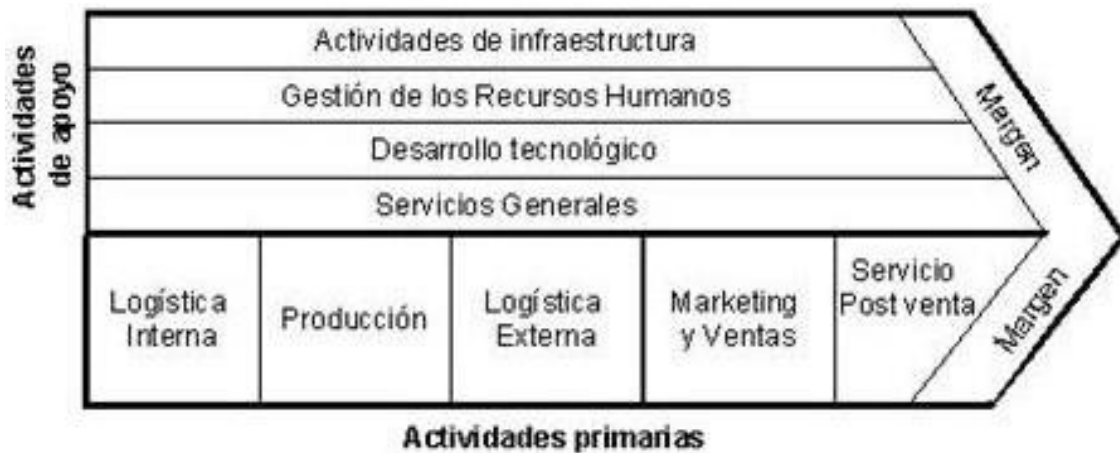
Imagine Latin fruit S.A.C. mediante la mermelada fomenta el consumo de productos con valores nutricionales a fin de lograr una mejor alimentación en las personas.

Las siguientes son propiedades con las que cuenta la mermelada: vitaminas A, B3 y C, minerales calcio y hierro y betacarotenos, así mismo es bajo en grasas y calorías.

A partir del tercer año que el producto ya sea registrado con marca propia, entonces se optará por la obtención del símbolo de marca Perú, lo cual será beneficioso para la empresa al reconocer que este producto es cosechado dentro de la amazonia peruana.

En ese sentido se busca fomentar el ingreso de la Pomarrosa a dicho mercado con la finalidad de dar a conocer el fruto y se pueda explotar todo el alto valor nutricional que este contiene, para fomentar la exportación que es una fuente generadora de ingreso. Todo esto conlleva a la conclusión en dejar en claro que la propuesta de valor está definida en salud, bienestar y calidad.

En la siguiente imagen se detalla la propuesta de valor, se diseña el desarrollo de las actividades de Imagine Latin fruit SAC., y como referencia la “Cadena de valor, según Porter”



**Figura 13:** Cadena de Valor de Michael Porter.

**Elaboración:** Propia.

#### A. Actividades primarias

➤ **Logística interna:** El proveedor de la pulpa de Pomarrosa será **AGRICULTORES AGROPECUARIOS CRISTO ES EL CAMINO SAC**, será el abastecedor principal de materia prima, para luego ser entregado a la empresa maquiladora que se encargara de desarrollar la elaboración del producto.

➤ **Operaciones:** El producto será elaborado en la empresa **PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.** quien se encargara de realizar el proceso de producción de la

mermelada, dando como resultado el producto final envasado y listo para la exportación.

- **Logística externa:** A fin de preservar la calidad del producto la empresa enviara al encargado de logística para que tenga la potestad de realizar las coordinaciones de la materia prima que servirá para el producir, así mismo realizara una verificación un vez este envasado y listo para ser despacha, de esta manera también se encargara de los trámites aduaneros para la exportación del producto.
  
- **Marketing y ventas:** La comunicación y publicidad que es esencial para toda empresa, se utilizara la publicidad por internet, pagina web, ferias internacionales, para poder ubicar a los futuros compradores potenciales quienes estén enterados de obtener el producto.
  
- **Servicios:** En esta parte el jefe comercial se encargara de coordinar las ventas antes y después, realizando un mayor seguimiento mediante una comunicación fluida con un correo corporativo.

#### B. Actividades de apoyo.

- **Infraestructura de la organización:** la empresa cuenta con las siguientes áreas: Gerencia general, Logística, comercial, administración y finanzas, las cuales contaran con todas las herramientas necesarias así como ambientes saludables para realizar las actividades que deben desempeñar día a día. Considerando que deben orientar todos los esfuerzos para lograr los objetivos de la empresa.
  
- **Recursos Humanos:** Por una buena imagen corporativa la empresa se preocupa por la estabilidad de sus colaboradores, como consecuencia del esfuerzo se

podrá emitir bonos o incentivos a fin de reconocer las labores que se realizan día a día dentro de la organización.

- **Compras:** El producto a exportar de mermelada de Pomarrosa endulzado con estevia.

**Tabla 18:** Proveedor de Pomarrosa

Agricultores Agropecuarios Cristo es el camino SAC	
Producto	Pomarrosa
Ruc	20572212247
Web	<a href="http://www.plazaonline.pe">http://www.plazaonline.pe</a>

**Fuente:** Plaza Online

**Elaboración:** propia.

En el caso que el proveedor no pueda cumplir con la cantidad establecida que se requiera en el tiempo solicitado, se evaluara otras alternativas que puedan cumplir lo que se necesita.

**Tabla 19:** Proveedores alternativos de Materia prima.

Materia Prima		
Razón Social	RUC	Ubicación
Agricultores Tagufe SAC	20526077521	Alfonso Ugarte 1852 - Tarapoto - San Martin - San Martín
Productores Agrarios el encanto	20493825454	JR. Centenario de la Republica s/n nueva esperanza – San Martin
Agricultores Nuevo San Hilarion SAC	20531390351	Jiron Santa Ines 259 Barrio Huayco Tarapoto - San Martin - San Martín

**Fuente:** Biodiversifica-t.

**Elaboración:** propia.

Como el producto será tercerizado, es por ello que también se tendrán dos empresas que son maquiladoras adicionales, en el caso la empresa ya antes designada no pueda cumplir con el contrato.

**Tabla 20:** Servicio de maquila de mermelada.

Servicio De Maquila			
Razón Social	RUC	Ubicación	Logo
Alimentos de Exportación – ALIEX S.A.C.	20504187587	Mza. S/n Lote. 03 Fundo Buena Vista – Lurín.	
PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.	20502203461	Las Gardenias Mza. I Lote. 12 Urb. Praderas de Lurín (Alt. km. 40 antigua panamericana sur-Lima)	
INKA CROPS S.A	20291939083	Av. El Santuario 1127, Zárate.	

**Fuente:** SUNAT.

**Elaboración:** Propia

Cabe mencionar que en el caso los proveedores necesiten tener los permisos necesarios para utilizar los pomos de vidrio y tapas así mismo como las cajas que serán embaladas, las empresas proveedoras presentaran el sustento para demostrar que cumplen con los requisitos necesarios.

### C. Valor agregado interno:

Este fruto es color rojizo aparentemente casi como una manzana, contiene un sabor agri-dulce, la cascara es muy fina y puede ser consumida con cascara o sin ella,



dentro de ella se encuentra una pepa color marrón y muy dura, así mismo es un fruto exótico de la selva que contiene grandes nutrientes que pueden ser aprovechados:

**Tabla 21:** Composición nutricional de la pulpa de Pomarrosa por 100gr.

Componentes	Cantidad / 100 gr
Agua (g)	45.9
Calorías (Kcal)	56
Carbohidratos(g)	15.6
Proteínas(g)	3.8
Grasas(g)	12.2
Vitamina B2(mg)	0.01
Fosforo(mg)	58
Calcio (mg)	118
Hierro(mg)	11.8

**Fuente:** Journal of Agricultural and Food Chemistry, FAO / Botanical Acai properties.

**Elaboración:** propia con fuente de Journal of Agricultural and Food Chemistry, FAO.

Después de revisar el cuadro nutricional del fruto base de la mermelada podemos deducir que podemos emplearla como una fruta preventiva para:

- Glucosa: Mejora los niveles de la glucosa en el sistema.
- Sistema inmunológico: ayuda a prevenir el asma la bronquitis y la ronquera y refuerza las defensas.
- Antioxidantes: gracias a su alto nivel en antioxidantes ayudan a mejorar la circulación de la sangre, previenen el envejecimiento celular.
- Sistema digestivo: previene el estreñimiento y distención abdominal manteniendo el flujo intestinal, limpia el hígado y los riñones de sustancias toxicas.
- Piel: Contiene vitamina C que ayuda a mantener las células sanas, protege los tejidos de las bacterias y los hongos.

En la siguiente tabla se detalla, el valor nutricional y composición de la fruta , la cual serian aprovechadas para el consumo por cada 100 gramos.

**Tabla 22:** Tabla nutricional de la Pomarrosa (100 gramos de fruta)

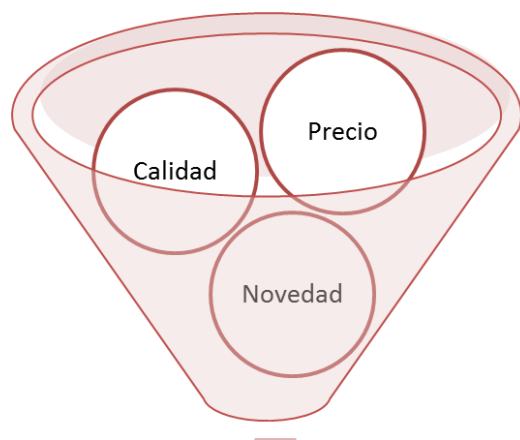
Com puesto		Rango
Agua	85-90	g
Oligofructosa	6-12	g
Azúcares simples*	1.5-4	g
Proteínas	0.1-0.5	g
Potasio	185 - 295	mg
Calcio	6 – 13	mg
Calorías	14- 22	kcal

**Fuente:** Universidad Nacional Agraria la Molina

**Elaboración:** Propia.

#### **D. Valor agregado externo:**

- **Calidad:** En lo que se refiere a la calidad, muy aparte de la innovadora creación del producto consideramos que los buenos términos y el buen tino que se debe manejar con los clientes es una base para poder brindar confianza y lograr la fidelidad.
- **Precio:** Es un producto en el cual el precio va a ser un factor favorable ante la competencia, ya que tener la alternativa de poder tercerizar los costos de producción servirá a reducir el costo final del producto y a tener un margen de ganancia positiva, según lo que se pronosticaría
- **Novedad:** En la novedad se mencionara que es uno de los pilares más importantes del proyecto ya que en la actualidad la existencia de varias mermeladas en el mercado internacional.



**Figura 14:** Valor agregado externo.

**Elaboración:** propia.

### 3.1.3 Ficha técnica comercial

**Tabla 23:** Ficha Técnica Comercial.

Ficha Técnica Comercial	
Denominación del bien	Mermelada
Denominación Técnica	Mermelada de Frutas Tropicales
Partida arancelaria	2007.99.91.00
Grupo de Identificación según resolución Ministerial N° 615-2003- SA/DM.	Grupo de Alimentos 14.-Frutas, hortalizas y otros vegetales (Incluyendo raíces, tubérculos y hongos comestibles, frutos de cáscara y frutos secos). Sub Grupo 14.5.- Mermeladas, jaleas y sucedáneos
Unidades de medida	Frascos de vidrio de 340 gramos / 12 oz.
Materia Prima	Pomarrosa estevia
Descripción General	Es el producto de consistencia obtenidas de la concentración de la pulpa de Pomarrosa, limpio y adecuadamente preparada, adicionándole estevia, hasta obtener una consistencia con o sin adición de agua.
Características Técnicas	
Características	La mermelada deberá cumplir con todas y cada una de las características que se muestran en los requisitos.

Físico – Organolépticos.
Textura: Pastosa, gelatinosa.
Olor: Aromático, distintivo, característico de frutas.
Color: Brillante.
Sabor: Característico de frutas.
Peso : 340 gr.
<b>Características del Envase</b>
Frasco: vidrio con tapa rosca con capacidad de 340 gr.
Todos los frascos deben estar libres de defectos (grietas, rajaduras, que puedan afectar la hermeticidad u otros).
Las cajas deberán de ser tal que garanticen un almacenamiento y transporte apropiados para asegurar las condiciones de limpieza de los envases y evitar su deformación física.
<b>Tiempo de Vida Útil</b>
Se considera que tendrá una vida útil de 12 meses.
<b>Rotulado</b>
Nombre del Tipo del Producto
Una vez abierto consumase totalmente o consérvese en refrigeración.
Peso neto
Relación de Ingredientes utilizados
Origen del producto.
Código de identificación de lote de producción.
Consérvese en un lugar fresco y ventilado.
<b>Empaque</b>
Frascos de 340 gramos / 12 oz. En cajas de cartón de 40 frascos cada caja de cartón corrugado.

**Fuente:** Elaboración propia.

### Ventana comercial:

Enero	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dec
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

**Fuente:** Elaboración propia.

Se considera que la Pomarrosa al ser procesado en pulpa, se tiene una ventana comercial durante todo el año, sin embargo las épocas donde los precios de este fruto elevan por temporada de lluvias y la cosecha es más complicada es en enero, febrero y marzo.

### 3.2 Investigación del mercado Objetivo.

Como destino se tiene el país de EE.UU para ellos se considera las siguientes herramientas como Veritrade, Trademap, Siicex, Sunat, que en función de investigación aportara información detallada acerca del principal mercado.

**Tabla 24:** Importaciones Internacionales a nivel mundial de la partida 20.07.99 (expresado en miles de dólares americanos)

Importadores	valor importada en 2012	valor importada en 2013	valor importada en 2014	valor importada en 2015	valor importada en 2016
Mundo	1962553	2229215	2347613	2158546	
Estados Unidos de América	201450	219200	240015	250295	270330
Alemania	191010	220942	227811	202421	203313
Francia	189654	213365	210049	181697	185830
Reino Unido	116015	130161	131857	134078	119094
Países Bajos	74667	116647	134503	132297	112117
Rusia, Federación de	117946	137319	132177	94934	60967
Canadá	65062	64719	86636	89221	91626
Italia	75626	86997	82778	77010	83799
Bélgica	57303	77261	73650	65298	66080
España	33972	39555	43147	50579	55513

**Fuente:** Trademap - Reporte de Exportaciones por Subpartida Nacional/País Destino 2015.

**Elaboración:** Propia.

La tabla muestra a los principales países importadores con la partida 20.07.99, en la que Estados Unidos de América se encuentra en el primer puesto con una mayor demanda y un crecimiento constante de importación.

**Tabla 25:** Exportaciones peruanas a nivel mundial de la partida 20.07.99.91.00. (Unidad: miles de Dólares Americanos)

Importadores	Valor exportada en 2012	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014	Valor exportada en 2015	Valor exportada en 2016
Mundo	3360	3958	4294	3463	4464
Estados Unidos de América	2928	3427	3966	3200	4182
Bolivia, Estado Plurinacional	308	438	177	180	207
Chile	0	8	36	1	33
Alemania	4	0	0	0	18
Francia	7	23	3	2	14
Venezuela, República Bolivariana de	0	0	32	0	4
Suecia	2	0	0	0	3
España	88	47	4	0	1
México	0	0	0	1	1

**Fuente:** Trademap - Reporte de Exportaciones por Subpartida Nacional/País Destino 2015.

En la siguiente se mostrara a los países de destino que se exporta con mayor frecuencia con la partida 20.07.99.91.00 en la que Estados Unidos, Bolivia y Chile son los mayores consumidores.

**Tabla 26:** Exportaciones peruanas 2016 de la partida 20.07.99.91.00 en Kilogramos

País de Destino	Valor FOB(dólares)	Peso Neto(Kilos)	Peso Bruto(Kilos)	Porcentaje FOB
US - UNITED STATES	4,152,185.06	4,493,791.965	4,820,305.571	93.03
BO - BOLIVIA, PLURINATIONAL STATE OF	207,096.20	115,104.360	152,976.000	4.64
CL - CHILE	32,518.81	7,286.280	13,814.909	0.73
PR - PUERTO RICO	29,659.15	18,025.084	22,490.110	0.66
DE - GERMANY	17,548.76	1,627.170	1,872.820	0.39
FR - FRANCE	14,026.08	3,140.725	5,520.030	0.31
VE - VENEZUELA	4,454.00	4,766.825	8,946.030	0.10
SE - SWEDEN	2,768.83	280.320	447.872	0.06
MX - MEXICO	1,225.00	420.000	420.000	0.03
ES - SPAIN	568.98	40.000	46.108	0.01
NL - NETHERLANDS	383.12	11.520	11.666	0.01
IT - ITALY	366.49	109.768	115.544	0.01
JP - JAPAN	357.01	39.628	66.370	0.01
PA - PANAMA	40.87	0.966	0.966	0.00
MY - MALAYSIA	40.00	15.694	17.600	0.00
CH - SWITZERLAND	38.04	6.455	7.289	0.00
ZA - SOUTH AFRICA	7.73	2.000	2.062	0.00
LOS DEMAS - LOS DEMAS	0.00	0.000	0.000	0.00
<b>TOTAL - TOTAL</b>	<b>4,463,284.13</b>	<b>4,644,668.760</b>	<b>5,027,060.947</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** SUNAT.

Se debe resaltar que la tabla refleja la gran cantidad de exportación hacia Estados Unidos, como principal consumidor de la partida 20.07.99.91.00, quiere decir que la producción que se realiza dentro del territorio peruano se destina al país norteamericano, a fin de abastecer la gran demanda.

En cuanto a los mercados analizados tendremos a:

- Estados Unidos.
- Chile
- Bolivia.

**Tabla 27:** Criterios de Selección de mercado – detalle.

Nº	CRITERIOS	EEUU	CHILE	Bolivia	FUENTE
1	Población 2016	323 995 528	17,650,114	10,969,649	CIA
2	Tasa de inflación 2016	1,3%	4,1%	3,9%	CIA
3	Crecimiento del PIB	1,6%	1,7%	3.70%	CIA
4	Demanda de la partida kg	4.511.970	7.286	115.104	Trademap
5	Riesgo país (confianza)	Situación económica interna: regular / Situación política: muy estable / Situación Externa: desfavorable	Situación económica interna: favorable / Situación política: Muy estable / Situación Externa: favorable	Situación económica interna: regular / Situación política: relativamente estable / Situación Externa: favorable	Cesce
6	Barreras arancelarias Ad valoren	5.60%	6.00%	20.00%	macmap
7	Preferencias arancelarias	0%	0%	0.00%	macmap
8	Barreras no arancelarias	alta exigencia	baja exigencia	baja exigencia	Siicex
9	PIB 2016	\$18.56 trillion	\$436.1 billion	\$78.35	CIA
10	PIB per cápita, PPA 2016	\$57,300	\$ 24,000	\$ 7,200	CIA, B.M.
11	Idioma	Ingles	español	español	CIA
14	Tasa de desempleo 2016	4.70%	7.00%	7,5%	CIA
15	Número de usuarios de internet	239 580 000	11.256.000	4.871.000	CIA
19	Estrategia de entrada	Acuerdo de Promoción Comercial PERÚ-EE.UU.	Acuerdo de Libre Comercio entre Perú y Chile	Acuerdo de Libre Comercio entre Perú - Comunidad Andina	Siicex

En ese sentido para realizar la búsqueda de un mercado objetivo, a través de la información recaudada se elige la viabilidad de tres mercados como: Estados Unidos, Chile y Bolivia; para ello se determinaron varios criterios escogidos por fuentes de SUNAT, TRADEMAP, VERITRADE, CIA, CESCE, MACMAP y SIICEX, se procede con la ponderación más objetiva con la finalidad de conocer el principal país de destino.

**Tabla 28:** Criterios de selección de mercado – detalle.

Calificación: Rango de 1 (Muy malo) – 5 (Muy bueno)

CRITERIOS	Nivel de importancia	Estados Unidos	Puntaje	Chile	Puntaje	Bolivia	Puntaje
Población 2016	8%	4	0.32	3	0.24	2	0.16
Tasa de inflación 2016	6%	4	0.24	2	0.12	3	0.18
Crecimiento del PIB per cápita	9%	2	0.18	3	0.27	4	0.36
Demanda de la partida 2007.99.91.00	9%	4	0.36	2	0.18	3	0.27
Riesgo país (confianza)	7%	2	0.14	4	0.28	3	0.21
Barreras arancelarias Ad valoren	7%	4	0.28	3	0.21	2	0.14
Preferencias arancelarias	8%	4	0.32	4	0.32	4	0.32
Barreras no arancelarias	7%	3	0.21	4	0.28	4	0.28
PIB 2016	9%	4	0.36	3	0.27	2	0.18
PIB per cápita, PPA 2016	9%	4	0.36	3	0.27	2	0.18
Idioma	5%	3	0.15	4	0.2	4	0.2
Tasa de desempleo 2016	5%	4	0.2	3	0.15	2	0.1
Número de usuarios de internet	5%	4	0.2	3	0.15	2	0.1
Estrategia de entrada	6%	4	0.24	4	0.24	4	0.24
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>3.56</b>		<b>3.18</b>		<b>2.92</b>

**Fuente:** SUNAT, TRADEMAP, VERITRADE, CIA, CESCE, MACMAP y SIICEX.

**Elaboración:** Propia.

De acuerdo a un análisis realizado a diversos criterios para la exportación de mermelada de Pomarrosa de la empresa Imagine Latin Fruit S.A.C., el país objetivo será Estados Unidos, debido a que reúne una serie de atributos que podrían reflejar un ambiente que es



mucho más favorable en base a la ponderación realizada de los principales indicadores de cada uno de los países elegidos.

Se debe resaltar que uno de los criterios que se considera a nivel de empresa más importante es el PBI per cápita, porque podrá influir mucho en la capacidad adquisitiva con la que cuenta el consumidor, adicionalmente la demanda en Kg del país de destino.

### **3.2.1 Investigación de mercado Objetivo**

#### **3.2.1.1 Segmentación de mercado Objetivo macro**

##### **A. Información general:**

Según Siicex SIICEX, (2016), Estados Unidos de América es una república federal constitucional compuesta por 50 estados y un distrito federal. La mayor parte del país se ubica en el centro de América del Norte donde se encuentran sus 48 estados contiguos y Washington D. C., el distrito de la capital. El país también posee varios territorios en el mar Caribe y en el Pacífico. La población actual estadounidense se estima en 322 millones de habitantes. El 82% de la población del país habita zonas urbanas. La estructura de la población es de la siguiente manera: 19% son menores de 14 años, 66% se encuentra entre 15 y 64 años, mientras que el 15% restante tiene más de 65 años. La edad mediana es de 38 años, y la esperanza de vida es 79 años. El idioma oficial es el inglés, con más de 82% de personas que hablan inglés americano como primera lengua. Cerca de 11% hablan español.

##### **B. Situación económica.**

Según el portal de Santandertrade, (2016), Estados Unidos posee la primera economía del mundo, delante de China, y está recién emergiendo de su peor recesión desde los años 1930. Gracias a un plan de estímulo presupuestario y monetario de largo alcance, la economía se ha recuperado y el crecimiento se elevó a 2,6% del PIB en 2015, estimulado por el consumo privado, las bajas tasas de interés y el dinamismo de la creación de empleos. La actividad se ralentizó en 2016 (1,6%), debido a una baja de la inversión y el

consumo. Se espera un repunte en 2017 (2,2%), pero el alcance de la aceleración dependerá de la credibilidad del programa económico del nuevo presidente Donald Trump.

En Estados Unidos la deuda pública sigue siendo elevada (cerca de 108% del PIB) y seguirá creciendo. La apreciación del dólar y el débil crecimiento de las economías europeas y japonesa afectan a las exportaciones, lo que alimenta un déficit de cuenta corriente cada vez mayor. El déficit presupuestario sobrepasa 4% del PIB. La crisis financiera internacional provocó un aumento considerable del desempleo en los Estados Unidos, que llegó hasta 10% en octubre de 2009. Aunque la tasa de desempleo ha disminuido bajo 5%, esto esconde una baja de la tasa de participación en el mercado laboral (62,7% a fines de 2016).

**Tabla 29:** Indicadores de crecimiento

Indicadores de crecimiento	2013	2014	2015	2016	2017 (e)
<b>PIB</b> ( <i>miles de millones de USD</i> )	16.691,50	17.393,10	18.036,65	18.561,93	19.377,20
<b>PIB</b> ( <i>crecimiento anual en %, precio constante</i> )	1,7	2,4	2,6	1,6	2,2
<b>PIB per cápita</b> ( <i>USD</i> )	52.705	54.502	56.084	57.294	59.407
<b>Tasa de inflación</b> (%)	1,5	1,6	0,1	1,2	2,3
<b>Tasa de paro</b> ( <i>% de la población activa</i> )	7,4	6,2	5,3	4,9	4,8

**Fuente:** IMF – World Economic Outlook Database, 2016

**Nota:** (e) Datos estimados

### C. Evolución de los Principales Sectores Económicos.

Según el portal de (Santandertrade, 2016) la agricultura emplea el 1,7% de la mano de obra. Es predominantemente de gran escala y generalmente eficiente, por ello Estados Unidos es considerado un importante exportador de productos alimenticios y de alimentos procesados. El sector manufacturero representa 12,6% del PIB y emplea 9,1% de la fuerza de trabajo. Por otro lado, con el aumento del costo laboral y de transporte en China, un número creciente de empresas ha decidido devolver parte o la totalidad de sus operaciones a Estados Unidos.

Los servicios representan el 78% del PIB del país. Las actividades más importantes en el sector incluyen los bienes raíces, transporte, finanzas, salud y servicios de oficina. El sector financiero sufrió miles de millones de dólares de pérdidas durante la crisis, pero se ha recuperado rápidamente. Las reformas reglamentarias limitarán rentabilidad de los bancos, obligándolos a buscar en el extranjero nuevas fuentes de crecimiento.

### D. Nivel de Competitividad.

Estados Unidos se encuentra en la posición 7 de 189 economías analizadas en el ranking de facilidad para hacer negocios, de 2015. Este país no varió con respecto a la posición obtenida en 2014.

**Tabla 30:** Facilidad de hacer negocios en las diferentes economías

Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2014							
Criterios	Estados Unidos	Perú	Canadá	Colombia	Reino Unido	Chile	Alemania
Facilidad de hacer negocios	7	35	16	34	8	41	14
Apertura de un negocio	46	89	2	84	45	59	114
Manejo permiso de construcción	41	87	118	61	17	62	8
Acceso a electricidad	61	86	150	92	70	49	3
Registro de propiedades	29	26	55	42	68	45	89
Obtención de crédito	2	12	7	2	17	71	23
Protección de los inversores	25	40	7	10	4	56	51
Pago de impuestos	47	57	9	146	16	29	68
Comercio transfronterizo	16	55	23	93	15	40	18
Cumplimiento de contratos	41	100	65	168	36	64	13
Cierre de una empresa	4	76	6	30	13	73	3

Fuente: Siicex.gob.pe

## E. Intercambio Comercial de Estados Unidos con el Mundo

	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Exportaciones Totales</b>	6,258	7,774	6,173	5,026	6,186
<b>Importaciones Totales</b>	7,531	8,347	8,330	7,373	6,673
<b>Balanza Comercial</b>	-1,273	-573	-2,158	-2,347	-487

Fuente: Adex data trade.com

### 3.2.1.2 Segmentación de mercado Objetivo micro.

Habiendo seleccionado a Estados Unidos como país a exportar se determinará previamente cuales son los estados y la población con la que cuentan tal como se podrá observar en la tabla N°43.

**Tabla 31:** Población de principales áreas metropolitanas.

Nombre	Población
<b>Los Ángeles</b>	17.718.858
<b>Nueva York</b>	16.713.992
<b>Chicago</b>	9.655.015
<b>San Francisco</b>	6.989.419
<b>Houston</b>	6.519.358
<b>Miami</b>	5.805.883
<b>Washington DC</b>	6.022.391
<b>Atlanta</b>	4.762.159
<b>Dallas</b>	4.547.218
<b>Filadelfia</b>	4.066.064
<b>Phoenix</b>	4.163.445
<b>Detroit</b>	3.801.161
<b>Boston</b>	3.684.250
<b>Minneapolis</b>	3.496.061
<b>San Diego</b>	3.215.637
<b>Seattle</b>	2.776.119

**Fuente:** Santander, Census Bureau.

**Elaboración:** propia con fuente de Santander, Census Bureau.

En lo que refiere a segmentación de mercado, según Santandertrade (2016), Estados Unidos tiene una población con una esperanza de vida de aproximadamente 79.2 años de vida entre mujeres y hombres.

**Tabla 32:** Ciudades que importan mermeladas de partida 2007994500

HTS Number	District	2012	2013	2014	2015	2016	Percent Change 2015 - 2016
2007994500	New York, NY	4,935	6,058	6,472	6,894	7,976	15.70%
2007994500	Detroit, MI	5,551	5,283	7,334	3,465	5,219	50.60%
2007994500	Los Ángeles, CA	1,130	1,295	1,592	1,427	2,184	53.00%
2007994500	Búfalo, NY	1,747	1,920	2,064	1,495	1,823	21.90%
2007994500	Norfolk, VA	1,418	2,183	2,070	1,990	1,673	-15.90%
2007994500	San Francisco, CA	685	866	759	899	880	-2.20%
2007994500	Chicago, IL	765	663	555	1,166	797	-31.60%
2007994500	Baltimore, MD	54	106	180	809	732	-9.50%
2007994500	Savannah, GA	223	233	425	692	615	-11.20%
2007994500	Miami, FL	425	157	129	152	541	256.90%
2007994500	Houston-Galveston, TX	382	502	417	621	461	-25.80%
2007994500	Laredo, TX	339	374	460	257	305	19.00%
2007994500	San Diego, CA	16	57	104	34	184	438.90%

**Fuente:** Elaboración propia en base a USITC 2017

Según la tabla N° 32, se observa que los principales distritos aduaneros en Estados Unidos que importan la partida 2007.99.4500 son: Nueva York, Detroit, Los Ángeles, los cuales se presentan como destinos atractivos para la exportación del producto.

De esta manera la aceptación de mercado por productos novedosos es grande con la posibilidad de fácil aceptación por parte de los consumidores.

**Tabla 33:** Importaciones de la partida 2007.99.45.00 de distritos aduaneros (En kilogramos)

HTS Number	District	2012	2013	2014	2015	2016	Percent Change 2015 - 2016
		<i>In 1,000 Units of Quantity</i>					
2007994500	New York, NY	1,475	1,737	1,884	2,234	2,590	15.90%
2007994500	Norfolk, VA	1,097	1,768	1,846	1,808	1,505	-16.80%
2007994500	Detroit, MI	1,348	1,244	1,704	744	1,149	54.40%
2007994500	Los Angeles, CA	486	522	731	454	765	68.40%
2007994500	Buffalo, NY	454	490	498	282	376	33.30%
2007994500	Miami, FL	473	48	41	57	363	541.20%
2007994500	San Francisco, CA	195	229	222	340	363	6.80%
2007994500	Baltimore, MD	18	38	57	313	331	5.70%
2007994500	Chicago, IL	300	258	229	352	319	-9.30%
2007994500	Houston-Galveston, TX	110	242	183	246	174	-29.10%
2007994500	Savannah, GA	105	99	145	182	160	-12.40%
2007994500	Laredo, TX	178	185	248	127	150	17.70%
2007994500	San Diego, CA	7	42	50	23	110	373.10%
2007994500	Tampa, FL	1	0	244	304	75	-75.20%

**Fuente:** USITC 2016

**Elaboración:** propia en base a USITC 2016

En Estados Unidos los estados que importan la partida 2007.99.45.00 son: Nueva York, Detroit, y los Ángeles, los cuales se presentan como destinos atractivos para la exportación de mermelada de Pomarrosa.

**Tabla 34:** Selección de estados para exportación de producto de Imagine Latin fruit S.A.C.

Indicadores	New york, NY	Detroit Michigan	los Angeles
<b>Según la tabla N° 33, se observa que los principales distritos aduaneros Población</b>	8,175,133	690,074	3,900,794
<b>Edades (20- 59 años)</b>	4,130,043	308,496	1,989,818
<b>Población empleada de (16 - a más)</b>	6,829,065	536,495	3,148,491
<b>Ingreso por hogares de (35,000 - 100,000)</b>	724,726	52,772	317,515
<b>Ingreso Per cápita</b>	33,078	15,038	28,761
<b>Demanda (en miles de litros)</b>	2,590	1,149	765

**Fuente:** Census Bureau.

**Elaboración:** propia con fuente de Census Bureau.

Para una elección más certera es que se realiza una ponderación de estados a los cuales se podría dirigir el producto de acuerdo a criterios establecidos de la fuente de Census Bureau. (Véase tabla N° 34)

**Tabla 35:** Criterios de selección de mercado – detalle

Calificación: Rango de 1 (Muy malo) – 5 (Muy bueno)

Indicadores	Nivel de importancia	New york	Puntaje	Michigan	Puntaje	Los ángeles	Puntaje
Población	12%	4	0.48	2	0.24	3	0.36
Edades (25-59 años)	13%	4	0.52	2	0.26	3	0.39
Población empleada de (16 - a más)	15%	5	0.75	3	0.45	4	0.60
Ingreso por hogares de (35,00 - 100,000)	20%	4	0.80	1	0.20	3	0.60
Ingreso per cápita	20%	4	0.80	2	0.40	3	0.60
Demanda	20%	5	1.00	3	0.60	4	0.80
Total	100%		4.35		2.15		3.35

**Fuente:** Elaboración propia en base a United States Census Bureau

Una vez concluida la sumatoria en este caso se tuvo dos opciones muy cercanas, sin embargo finalmente se decidió por escoger New York, ya que posee indicadores que son más relevantes para el producto que se quiere exportar. Además de contar con el principal puerto y/o ingreso marítimos. Otra de las grandes ventajas de este estado es por la gran concentración de latino e hispanos, donde se puede ofrecer el producto natural. Así mismo, factores climáticos y el nivel de estilo de vida en ese país hará que el producto pueda tener un crecimiento.

Según la tabla N° 33, se observa que los principales distritos aduaneros en cantidades en Estados Unidos que importan la partida 2007.99.45.00 son: Nueva York, Detroit, y los Ángeles, los cuales se presentan como destinos atractivos para la exportación de mermelada de pomarrosa.

**Tabla 36:** Selección de estados para exportación de producto de Imagine Latin fruit SAC

Indicadores	New york, NY	Detroit Michigan	los Angeles
Población	8,175,133	690,074	3,900,794
Edades (20- 59 años)	4,130,043	308,496	1,989,818
Población empleada de (16 - a más)	6,829,065	536,495	3,148,491
Ingreso por hogares de (35,000 - 100,000)	724,726	52,772	317,515
Ingreso Per cápita	33,078	15,038	28,761
Demanda (en miles de litros)	2,590	1,149	765

**Fuente:** Census Bureau.

**Elaboración:** propia con fuente de Census Bureau.

Para una elección más certera es que se realiza una ponderación de estados, a los cuales se podría dirigir el producto de acuerdo a criterios establecidos de la fuente de Census Bureau. (Véase tabla N° 36)



**Tabla 37:** Selección de estados para exportación de producto de Imagine Latin fruit SAC

Calificación: Rango de 1 (Muy malo) – 5 (Muy bueno)

INDICADORES	NIVEL DE IMPORTANCIA	NEW YORK	PUNTAJE	MICHIGAN	PUNTAJE	LOS ANGELES	PUNTAJE
Población	12%	4	0.48	2	0.24	3	0.36
Edades (25-59 años)	13%	4	0.52	2	0.26	3	0.39
Población empleada de (16 - a más)	15%	5	0.75	3	0.45	4	0.60
Ingreso por hogares de (35,00 - 100,000)	20%	4	0.80	1	0.20	3	0.60
Ingreso Per cápita	20%	4	0.80	2	0.40	3	0.60
Demanda	20%	5	1.00	3	0.60	4	0.80
Total	100%		4.35		2.15		3.35

**Fuente:** Elaboración propia en base a United States Census Bureau

## New York

### Información general:

El estado de Nueva York está situado en el noreste de Estados Unidos. El último censo de 2010 registro un total de 19,4 millones de habitantes en este estado, el 6,3% del total nacional. En 2014, las estimaciones de la oficina del censo señalaba que su población ascendía a 19,7 millones de habitantes un 6.2% de la población nacional. Los núcleos urbanos más importantes del estado son New York, Bufalo, Rochester, Yonkers Siracusa y Albany, su capital.

El PBI del Estado de Nueva York en 2014 fue de 1.28 billones de dólares, un 8.1% del PBI de todo de todo Estados Unidos. En estos términos, es el tercer estado del país, únicamente por detrás de California y Texas, Bufalo, Rochester, Yonkers, Siracusa Yalbany, su capital.

Por otro lado, es importante señalar que el área metropolitana de la ciudad de Nueva York (Nueva York- Newark-Jersey City) es la primera por PBI EEUU. En 2013 ascendió a 1,37 miles de millones de dólares (PBI real).

El PBI per cápita fue 64.818 dólares en 2014, lo que hace que Nueva York sea el cuarto estado en este ranking si se incluye el distrito de Columbia.

Desde el punto de vista del comercio exterior, las exportaciones del estado alcanzaron en 2013 un valor de 86.007 millones de dólares, un 5.3% del total de Estados Unidos. De la misma forma, el valor de las importaciones ascendía a 133.759 millones de dólares, un 5.7% de las de todo el país.

### **Geografía:**

El estado de Nueva York tiene una extensión de 141.299 km<sup>2</sup> la administración del estado está dividida en 62 condados. Nueva York limita con Nueva Jersey y Pensilvania por el sur; con los lagos Enrie y Ontario, por el oeste con Connecticut, Vermont, Massachusetts y el Océano Atlántico por el este con Canadá por el norte, además la isla Long Isladn tiene frontera marítima con el estado de Rhode Island.

Al norte del estado de allá la cordillera de los Aridondack, un gran macizo rocoso declarado parque nacional en los años 80.

En el centro y sur del estado encontramos la Meseta de Allegheny, donde se ubican las ciudades de Rochester, Bufalo, Siracusa y Albany.

El río Hudson recorre el estado de sur a norte, desde los Aridondack hasta el Océano Atlántico cruzando entre otras, las ciudades de Kingston, Albany y la ciudad de Nueva York.

En el oeste, las Cataratas del Niagara drenan el lago Erie hacia el lago Ontario y constituyen un atractivo turístico de primer orden. La vía marítima de San Lorenzo hace navegable las aguas del río Ontario, desde Montreal hasta el lago Erie. Esta vía conecta la región de los grandes lagos de Canadá y Estados Unidos con el Océano Atlántico.

**Fuente:** ICEX

## **Clima:**

El clima en el estado de Nueva York se clasifica como continental húmedo, como en la mayoría del noreste del país. No obstante, debido a su posición geográfica, presenta un clima cambiante relacionado con las grandes masas de agua que lo rodean: el Océano Atlántico y los grandes lagos Erie y Ontario

Su climatología está marcada por la influencia estacional de tres grandes masas de aire. La primera trae corrientes frías y secas del norte e interior de Canadá. En el caso de la segunda, las fuertes presiones transportan anticiclones cálidos y húmedos del sur, influenciado por las aguas subtropicales del golfo de México. La tercera masa de aire proviene del Océano Atlántico. Fría y nubosa, trae precipitaciones especialmente en el este del estado.

La temperatura media varía a lo largo del estado. Así, por ejemplo en la cordillera de los Adirondacks es de 4.4°C y en la ciudad de Nueva York es de 13°C. En invierno, los mínimos en la zona central de la meseta suelen estar entre -26°C y -32°C. en la región de los Grandes lagos y el sur del estado el mercurio puede descender hasta -18°C o -12°C. respectivamente. Por último, la ciudad de Nueva York experimenta temperaturas mínimas que varían entre los -16°C y -12°C. Por otro lado. El verano es fresco en la región de los Adirondacks mientras que en el valle del Hudson y en el área de la ciudad de Nueva York. Las temperaturas medias máximas y mínimas se sitúan entre los 21 y los 27°C.

La precipitación anual media es de 114cm<sup>3</sup>. La lluvia es más abundante en el sur y en el este del estado y menor en las cordilleras del norte. La precipitación media en forma de nieve es de 102 cm<sup>3</sup>., no obstante en una gran parte del estado y menor en las cordilleras del norte. La caída anual de nieve alcanza los 178 cm<sup>3</sup>.. Este nivel desciende considerablemente en la zona el sur, pues en el área de la ciudad de Nueva York y Long Island solo se registran entre 63 y 81 cm<sup>3</sup> al año.

## **Población:**

El estado de Nueva York cuenta con 19,75 millones de habitantes. La población total del estado ha amentado de manera lenta en los últimos años, un 1,9% entre los años 2010 y 2014, frente a un crecimiento del 3,4% en todo Estados Unidos. En 2013, la población latina era del 18,4% mientras que la de origen asiático era del 8,2% y un 17,5% de raza negra. El número de personas por vivienda es de 2,61 (2009-2013).

El 2010 del 22% de la población del estado de Nueva York ha nacido en el extranjero. Es el segundo estado por población de origen extranjero, solamente por detrás de California (27%).

Cabe destacar la importancia demográfica de la ciudad de Nueva York, pues sus 8.405.837 habitantes (estimación de 2013) suponen un 42,68% de la población total del estado.

Otra cuestión reseñable es la alta densidad de población de la ciudad de Nueva York. En el 2010 era de 10.430 habitantes por km<sup>2</sup> frente a a 159 habitantes por km<sup>2</sup> del estado de Nueva York.

## **Aeropuertos:**

El estado de Nueva York cuenta con 129 aeropuertos públicos y 267 aeropuertos privados, d los que 18 se consideran aeropuertos comerciales primarios.

The Port Authority of New York & New Jersey gestiona un total de seis aeropuertos (JFK, La Guardia y Stewart en Nueva York; Newark, Teterboro y Atlantic City en Nueva Jersey). Entre estos destaca por su importancia el aeropuerto de John F. Kennedy International Aiport al este en la ciudad de Nueva York (6º aeropuerto de EEUU en tráfico de pasajeros con 50,4 millones de pasajeros en 2013, de acuerdo de Newark a pocos kilómetros de la ciudad de Nueva York (13º aeropuerto de EEUU en tráfico de pasajeros con 34 millones en 2013) y el de la Guardia al norte de la ciudad de Nueva York (20º por tráfico de pasajeros con 26,7 millones).

**Puertos:**

En cuanto a las infraestructuras marítimas, el principal puerto del estado es el de Nueva York y Nueva Jersey, tercero del país, por detrás de los puertos californianos de los Angeles y Lon Beach, gestionando igualmente por the port authority of New Jersey. En 2014 tuvo un tráfico total de 4,28 millones de TEUS 1,35 millones de TEUs dedicados a las exportaciones y 2,92 millones de TEUs a las importaciones. Es importante señalar que Nueva York comparte competencias de infraestructuras con el estado de Nueva Jersey, con el que ha creado una entidad conjunta para la gestión de puentes, tuneles, aeropuertos y puertos marítimos: la Port Authority of New York and New Jersey.

**Fuente:** ICEX

**Tabla 38:** Medición de mercado Objetivo

Descripción	2017
Población de Estados Unidos	321,368,864
% poblacional	6.12%
Estado de New York	19,673,174
% poblacional de New York	41.55%
Ciudad de New York	8,175,133
% Población de edades de 25 a 59 años	50.52%
Mercado disponible de 25-59 años (n)	4,130,043
Consumo per capita anual ( Kg)	1.5
Demanda potencial (Q)	6,195,064.50
Importación de New York según el veri trade	2,590,000
Exportación de New York según el veri trade	1,224,543
Demanda Insatisfecha	7,560,522
Cuota de mercado %	0.18%
Cantidad a exportar	13,708.80

**Fuente:** Census Bureau, Prochile y Veritrade.

**Elaboración:** propia con fuente de Census Bureau, Prochile y Veritrade.

De acuerdo a la información recaudada se procederá con el armando de la estructura de la demanda:

$$Q = n * q$$

Q: demanda potencial del mercado.

n: mercado disponible.

q: consumo per cápita.

De acuerdo a nuestra investigación hallamos que el 50.52% de la población de New York tiene entre 20 a 59 años (Census Bureau).

Entonces; n: es el consumo per cápita en kilogramos de mermelada por persona, tal como se observa en la tabla N°39.

**Tabla 39:** Demanda total del producto.

Demanda total del producto	
n	4,130,043
q	1.5
Q	6,195,064.50

**Fuente:** Santander Trade, 2016

**Elaboración:** propia.

Se determinó que 1 persona consume anualmente 1.50 kg mermelada de forma anual, entonces; q: es la cantidad en kg de mermelada consumida, anualmente, por persona, Teniendo en cuenta la demanda potencial del mercado es 6,195,064.50kg.

**Tabla 40:** Demanda potencial de mermelada en el estado de New York.

Demanda total del producto	
Demanda potencial (Q)	6,195,064.50
Importación de la ciudad de New York	2,590,000
Exportación de la ciudad de New York	1,224,543
Demanda Insatisfecha	7,560,522
Cuota de mercado %	0.18%
Cantidad a exportar	13,708.80

**Fuente:** Santander Trade 2016.

**Elaboración:** propia.

Para determinar la demanda insatisfecha a la demanda potencial se le suma la importación, y se le resta la exportación, obteniendo como resultado la demanda insatisfecha de 7,560,522 Kg. Entonces la cuota del mercado para el 2018 sería 0.18% que representa una cantidad de 13,708.80 Kg que es la cantidad que la empresa Imagine Latin Fruit S.A.C. va a exportar en el primer año.

### **3.2.2 Tendencias de consumo.**

Según ProChile (2016) Señala que el típico consumidor de productos de mermelada generalmente compra dos sabores para consumir en su casa, observándose que los chicos consumen más las jaleas y los adultos los “preserves”. De las ventas totales de productos alimenticios para untar en base a frutas (categoría omnicomprendensiva que abarca a jaleas y mermeladas, manteca de fruta y miel, etc.) las conservas o “preserves” acaparan un 34% total de la demanda, las mermeladas un 22% y las jaleas un 21%, y el resto está formado por otras presentaciones. El consumo anual per cápita de jaleas y mermeladas en Estados Unidos es de aproximadamente un kilogramo y en términos generales el tamaño del mercado ha permanecido estable durante los últimos 20 años.

El mercado de EE.UU. de mermeladas se abastece mayormente de la producción local, particularmente en el caso de las mermeladas de precio moderado. Los productos importados cubren un mercado de especialidad gourmet, especialmente de origen europeo y canadiense que no es ofrecido por la producción local, dándose esto especialmente en el caso de la mermelada de guayaba. En otros casos apuntan a un mercado de consumidores interesados en productos internacionales o bien compiten con sus similares estadounidenses por precio y calidad.

Por consiguiente se identifica dos grandes grupos de consumidores: Los que consumen confituras como parte de su dieta diaria y los que suelen consumir productos sofisticados, y las confituras son una categoría interesante para ellos (“consumidor gourmet”). Los consumidores masivos buscan un producto con una buena relación precio-calidad, usualmente consumen la misma marca y no le dedican mucho tiempo a la decisión de compra en el punto de venta. Por otro lado, los “consumidores gourmet” disfrutan probando

marcas distintas y nuevos sabores, acudiendo a diferentes puntos de venta. Están dispuestos a pagar un mayor precio por un producto novedoso o de mejor calidad. Usualmente tienen más de una marca/sabor disponible en su hogar.

### **Perfil del consumidor:**

El estadounidense en general es término es calificado como una persona consumista y siempre dispuesto a probar productos nuevos y novedosos. Es exigente, hecho que se deriva de la búsqueda de información que realiza. Asimismo, tiene conciencia del cuidado del medio ambiente. Conoce muy bien sus derechos como consumidor y hace uso de las leyes que lo protegen. En caso de verse perjudicado no duda en levantar una demanda ante perjuicios ocasionados por productos defectuosos. Si bien el precio es una variable relevante al decidir una compra, también son importantes la calidad, la garantía y el servicio post venta. El norteamericano espera un servicio post venta de calidad. Los productos que puedan asociarse a la novedad y/o exclusividad, son más sensibles a ser valorados por su calidad y no tanto por su precio. Da especial importancia a la presentación del producto, por ello el empaquetado o envase debe ser de calidad y atractivo. Cada vez destinan menos tiempo en buscar productos y comparar precios. Un consumidor promedio gasta 20 minutos en una tienda y recorre menos de la cuarta parte de ella. En relación, el número de consumidores que visitan tiendas chicas está en aumento, debido a que les hace la vida más fácil.



### 3.3 Análisis de la oferta y la demanda.

#### 3.3.1 Análisis de la oferta.

La oferta exportable ha sido obtenida mediante el portal web Trade Map correspondiente a la partida 20.07.99, de los principales países que exportan en los últimos 5 años.

#### Oferta Mundial (competidores mundiales a nivel país).

**Tabla 41:** Principales países Exportadores de la partida 20.07.99 (Expresada en miles de dólares americanos)

Exportadores	valor exportada en 2012	valor exportada en 2013	valor exportada en 2014	valor exportada en 2015	valor exportada en 2016
Mundo	2426861	2681367	2787779	2593358	
Turquía	232549	241868	320811	387042	277058
Francia	280633	323305	322435	298636	314532
Italia	156775	198596	226028	195663	208850
Alemania	202387	208109	197470	158878	164102
Bélgica	178621	222809	202584	155495	168248
India	81695	113298	112872	132305	131669
Chile	181410	175628	188662	129069	124994
Países Bajos	77453	106343	116002	114777	95073
Estados Unidos de América	67355	65007	86692	102250	107474
China	92936	92249	92496	81412	72750

**Fuente:** Trademap, 2016

**Elaboración:** propia con fuente Trademap.

En la tabla se puede observar a nivel oferta mundial que Turquía, Francia e Italia son los potenciales comercializadores de la partida 20.07.99; lo cual a nivel país son directamente los competidores.

**Tabla 42:** Principales países exportadores de la partida 20.07.99. En (Toneladas).

Exportadores	2012	2013	2014	2015	2016
	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas
Mundo	1322494	1474530	1464156	1432110	
Chile	166223	158349	165335	125356	155601
Italia	93649	119532	120918	119277	116039
India	75718	97992	98740	113401	119858
Ecuador	80603	88777	95645	93029	
Francia	72055	80573	79190	83068	84026
Bélgica	76431	87372	79447	77604	83457
Alemania	70338	71476	69930	70501	70963
Países Bajos	48420	51441	53932	61199	52843
China	75391	72094	71751	58926	53950

**Fuente:** Trademap, 2016

**Elaboración:** propia con fuente Trademap.

Sin embargo de acuerdo a cantidades importadas en la tabla N° 42 se puede observar que

Chile, Italia y la India son los que dominan el mercado.

#### **Oferta Nacional Perú oferta al mundo.**

A continuación, se muestra las exportaciones peruanas de la partida 20.07.99.91.00 hacia el mundo, destacando como principal y potencial comprador el país de Estados Unidos predominando no solo en valor FOB exportado, sino también en cantidad exportada en kilogramos (véase tabla N° 44)

**Tabla 43:** Total de Exportaciones Peruanas de la partida 2007999100 (en miles de dólares).

Importadores	Valor exportada en 2012	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014	Valor exportada en 2015	Valor exportada en 2016
Mundo	3360	3958	4294	3463	4464
Estados Unidos de América	2928	3427	3966	3200	4182
Bolivia, Estado Plurinacional de	308	438	177	180	207
Chile	0	8	36	1	33
Alemania	4	0	0	0	18
Francia	7	23	3	2	14
Venezuela, República Bolivariana de	0	0	32	0	4
Suecia	2	0	0	0	3
España	88	47	4	0	1
México	0	0	0	1	1

**Fuente:** Trademap

**Elaboración:** Propia

Entre los principales destinos de exportación de Perú al mundo, de la partida 2007.99.91.00, podemos visualizar en la tabla N° 43 que se destacan los países de Estados Unidos de América, Bolivia y Chile, expresados en miles de dólares. Asimismo, las exportaciones hacia Francia para el año 2014 han incrementado en comparación a los años anteriores, representando una oportunidad para diversificar nuestro mercado en el futuro.

**Tabla 44:** Principales mercados de destino de las exportaciones peruanas de la partida 200799 (En Kilogramos).

Importadores	2012	2013	2014	2015	2016
	Cantidad exportada, Kilograms	Cantidad exportada, Kilograms	Cantidad exportada, Kilograms	Cantidad exportada, Kilograms	Cantidad exportada, Kilograms
Mundo	3060206	4192133	4230344	3596066	4644822
Estados Unidos de América	2838600	3880794	4026663	3420388	4511970
Bolivia, Estado Plurinacional de	179103	287383	98920	96509	115104
Chile	188	3026	20722	80	7286
Francia	1070	2022	342	451	3141
Alemania	483	0	0	11	1627
México	0	0	0	420	420
Suecia	465	0	55	0	280
España	34096	14497	1962	0	40

**Fuente:** Trademap

**Elaboración:** Propia

En la tabla N°44, se puede observar que Estados Unidos de América, Bolivia y Chile siguen siendo nuestros principales mercados de destino, en el periodo del 2012 al 2016, expresado en cantidades – toneladas. Asimismo, si se desea diversificar mercados en el futuro, países como Francia, Alemania y México, tienen importante presencia por lo que se les puede considerar mercados potenciales.

**Tabla 45:** Principales empresas exportadoras de la P.A. 2007999100

Empresa	%Var	%Part.
	16-15	16
<b>MULTIFOODS S.A.C.</b>	27%	93%
<b>INDUSTRIAS ALIMENTARIAS S.A.C.</b>	20%	5%
<b>SOCIEDAD AGRICOLA VIRU S.A.</b>	525405%	1%
<b>ECOANDINO S.A.C.</b>	4651%	1%
<b>AGROINDUSTRIAS HUAYLLACAN S.A.C..</b>	-20%	0%
<b>GOURMETRADE S.A.C.</b>	--	0%
<b>PRODUCTOS EXTRAGEL Y UNIVERSAL SAC</b>	--	0%
<b>INDUSTRIAS AGRICOLAS SRL</b>	--	0%
<b>EMPRESA AGRARIA CAFETALERA SA.</b>	60%	0%
<b>Otras Empresas (17)</b>	--	0%

**Fuente:** Elaboración propia con base en SIICEX

Las principales empresas exportadoras son MULTIFOODS SAC (93%), INDUSTRIAS ALIMENTARIAS SAC (5%) y SOCIEDAD AGRICOLA VIRU SA. (1%). Los países con mayor volumen de envíos del Perú son hacia Estados Unidos, Bolivia y Chile para el año 2017.

### **Producción Nacional De Pomarrosa**

La pomarrosa tiene una antigüedad de 255 años, desde que fue introducida desde México hasta Perú, logrando ser cosechadas solo en zonas tropicales del continente americano, siendo, finalmente, domesticadas por los horticultores peruanos.

Las zonas de producción potencial de Pomarrosa es en las regiones de San Martín y Loreto.

**Tabla 46:** Producción de pomarroza en San Martín

Concepto	Unidad	2014	2015
Superficie Cosechada	Ha	38	38
Producción	t	294	394
Rendimiento	kg/ha	7745	7997
Precio	Soles/kg	0.37	0.40

**Fuente:** Ministerio de Agricultura y Riego - MINAGRI

**Elaboración:** Propia

De acuerdo a la información del MINAGRI, en el departamento de San Martín, se cosecha alrededor de 38 hectáreas de Pomarroza y el rendimiento promedio por hectárea alcanza los 7,997 kilos.

**Tabla 47:** Producción de pomarroza en Loreto

Concepto	Unidad	2014	2015
Superficie Cosechada	Ha	178	178
Producción	t	505	472
Rendimiento	kg/ha	2837	2652
Precio	Soles/kg	0.24	0.27

**Fuente:** Ministerio de Agricultura y Riego – MINAGRI

**Elaboración:** Propia

De acuerdo a la información del MINAGRI, en el departamento de Loreto, se cosecha alrededor de 178 hectáreas de Pomarroza y el rendimiento promedio por hectárea alcanza los 2,652.kilos.

### **Análisis de competitividad Benchmarking.**

La empresa Imagine Latin Fruit S.A.C, considera que el benchmarking es el sistema más comprendido y aplicado, ya que es el método más sencillo de entender, donde se da el mayor número de negativas para colaborar; es por esa razón que se recurre a

obtener información a través de revistas, páginas web, de los propios empleados, entre otros. A continuación se hará un análisis de competitividad con los principales competidores de empresas posicionadas en el Perú (Véase Tabla N° 48).

**Tabla 48:** Análisis de la competitividad de empresas posicionadas en Perú.

Empresa/ Características	Multifoods S.A.C.	Industrias Alimentarias S.A.C.	Sociedad Agrícola S.A.C.	Imagine Latin Fruit SAC
	Calif.	Calif.	Calif.	Calif.
Destino	Virginia, Angeles, Huoston y Miami	Cochabamba, La Paz.	(Valparaiso, San Antonio) Chile ( Le Havre) Francia	New York
Precio del producto	1.2	1.16	1.3	1.2
Innovación en sus productos	Diversidad de sabores	Sabores tradicionales	Sabores tradicionales	Sabor tropical.
Valor de exportación en \$	4156320	216068.77	34683.31	
Promoción y publicidad	Feria, página Web y rueda de negocio.	Feria, página Web y rueda de negocio.	Feria, página Web y rueda de negocio.	Feria, página Web y rueda de negocio.
Participación en el Mercado	93.10%	4.84%	0.78%	

**Elaboración:** Propia.

La empresa Imagine Latin Fruit S.A.C. una micro empresa, nueva en el mercado, no va a tener el mismo posicionamiento, capacidad económica, y promoción y publicidad, debido a que estas empresas con las que compite ya tienen tiempo en el mercado, conocen del rubro, además ya tienen sus propia planta de procesamiento, lo cual los hace expertos en su proceso de producción.

**Tabla 49:** Análisis de la competitividad de empresas posicionadas en Perú.

Empresa/ Características	Peso %	Multifoods S.A.C.		Industrias Alimentarias S.A.C.		Sociedad Agrícola Viru S.A.C.		Imagine Latin Frui SAC	
		Calif.	Pond	Calif.	Pond	Calif.	Pond	Calif.	Pond
Destino	20%	4	0.8	3	0.6	3	0.6	3	0.6
Precio del producto	20%	4	0.8	3	0.6	2	0.4	1	0.2
Innovación en sus productos	10%	4	0.4	3	0.3	2	0.2	4	0.4
Capacidad de exportación	15%	4	0.6	3	0.45	2	0.3	1	0.15
Promoción y publicidad	15%	4	0.6	3	0.45	2	0.3	1	0.15
Participación en el Mercado	20%	4	0.8	3	0.6	2	0.4	1	0.2
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>4.00</b>		<b>3.00</b>		<b>2.2</b>		<b>1.7</b>

En la Tabla N° 49 se observa que la empresa Multifoods Sac presenta la calificación más alta 4.00 puntos, así mismo siendo la líder en cuanto a exportación de mermelada obteniendo una participación de mercado en el 2015 del 93.10% sin embargo la cual representa una competencia directa sería la empresa Industrias Alimentarias SAC que demostró una participación en el 2015 de 4.84%



### 3.3.2 Análisis de la demanda

En esta sección se analizará la demanda, del producto mermelada de pomarrosa hacia los distintos mercados, para ello se recabara información de fuentes como Trade Map.

**Tabla 50:** Principales Importadores mundiales de la partida 200791 en miles USD

Importadores	valor importada en 2012	valor importada en 2013	valor importada en 2014	valor importada en 2015	valor importada en 2016
Mundo	119115	125477	112598	106679	
Reino Unido	15624	17858	14536	17187	10969
Alemania	10414	11380	9978	8829	7276
Japón	14594	12081	9212	8189	8198
Canadá	2741	2844	5138	6224	6307
Francia	7373	6308	5247	5564	5986
Estados Unidos de América	5206	5665	5861	5439	5648
Irlanda	5184	6094	6040	4180	3833
Egipto	7265	8223	1819	3657	
Australia	4899	4186	4224	3197	3985
Suecia	2847	2764	3266	2936	3064
Países Bajos	2494	1168	841	2369	600

En la tabla previa, se muestran los 10 principales compradores de la partida 200791 en los últimos 5 años. Se destacan el Reino Unido, Alemania, Japon, Canada, Francia y Estados Unidos como los mayores importadores de la mermelada.

A continuación se presenta las importaciones mundiales expresadas en cantidades (toneladas):

**Tabla 51:** Principales Importadores mundiales de la partida 200791 en toneladas

Importadores	2012	2013	2014	2015	2016
	cantidad importada, Toneladas	cantidad importada, Toneladas	cantidad importada, Toneladas	cantidad importada, Toneladas	cantidad importada
Mundo	43968	49527	41846	44549	
Reino Unido	6756	6412	5616	8315	5203
Alemania	2788	2866	2614	2906	2657
Irlanda	2249	2491	3022	2727	2151
Canadá	902	947	1850	2670	2785
Japón	4058	3499	2786	2579	2593
Francia	2610	2292	1996	2064	2783
Estados Unidos de América	1696	1752	1869	1718	2001
Australia	1615	1411	1647	1476	1695
Países Bajos	1143	265	204	1280	238

**Fuente:** Trade Map

**Elaboración:** Propia

En la tabla N° 51, se observa que Estados Unidos se mantiene en cuanto a volumen (toneladas) como importadores mayormente estables, junto con Alemania, seguido de Reino Unido, Alemania y Francia, entre los más importantes.

**Tabla 52:** Importaciones de la partida 2007.99.45.00 de distritos aduaneros (En kilogramos)

HTS Number	District	2012	2013	2014	2015	2016
		<i>In 1,000 Units of Quantity</i>				
2007994500	New York, NY	1,475	1,737	1,884	2,234	2,590
2007994500	Norfolk, VA	1,097	1,768	1,846	1,808	1,505
2007994500	Detroit, MI	1,348	1,244	1,704	744	1,149
2007994500	Los Angeles, CA	486	522	731	454	765
2007994500	Buffalo, NY	454	490	498	282	376
2007994500	Miami, FL	473	48	41	57	363
2007994500	San Francisco, CA	195	229	222	340	363
2007994500	Baltimore, MD	18	38	57	313	331
2007994500	Chicago, IL	300	258	229	352	319
2007994500	Houston-Galveston, TX	110	242	183	246	174
2007994500	Savannah, GA	105	99	145	182	160
2007994500	Laredo, TX	178	185	248	127	150
2007994500	San Diego, CA	7	42	50	23	110
2007994500	Tampa, FL	1	0	244	304	75

**Fuente:** Elaboración propia en base a USITC 2015

En cantidades los estados norteamericanos que importan la partida 2007.99.45.00 son: Nueva York, Detroit, y Los Ángeles, los cuales se presentan como destinos atractivos para la exportación de mermelada de pomarrosa.

### Proyección de la demanda

**Tabla 53:** Demanda de New York 2012 - 2016 del producto P.A: 2007.99.45.00 en toneladas.

Años	2012	2013	2014	2015	2016
Toneladas	1,475	1,737	1,884	2,234	2,590

**Fuente:** Usitc, 2016

**Elaboración:** Propia

**Tabla 54:** Método de mínimos cuadrados.

AÑOS      DEMANDA

X	X	Y	XY	X <sup>2</sup>
2012	1	1,475	1475	1
2013	2	1,737	3474	4
2014	3	1,884	5652	9
2015	4	2,234	8936	16
2016	5	2,590	12950	25
Total	15	9920	32487	55

**Fuente:** Propia

**Elaboración:** Propia

*Fórmula de regresión lineal:*

$$A = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} \quad ; \quad B = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

B =	272.7
A =	1165.9

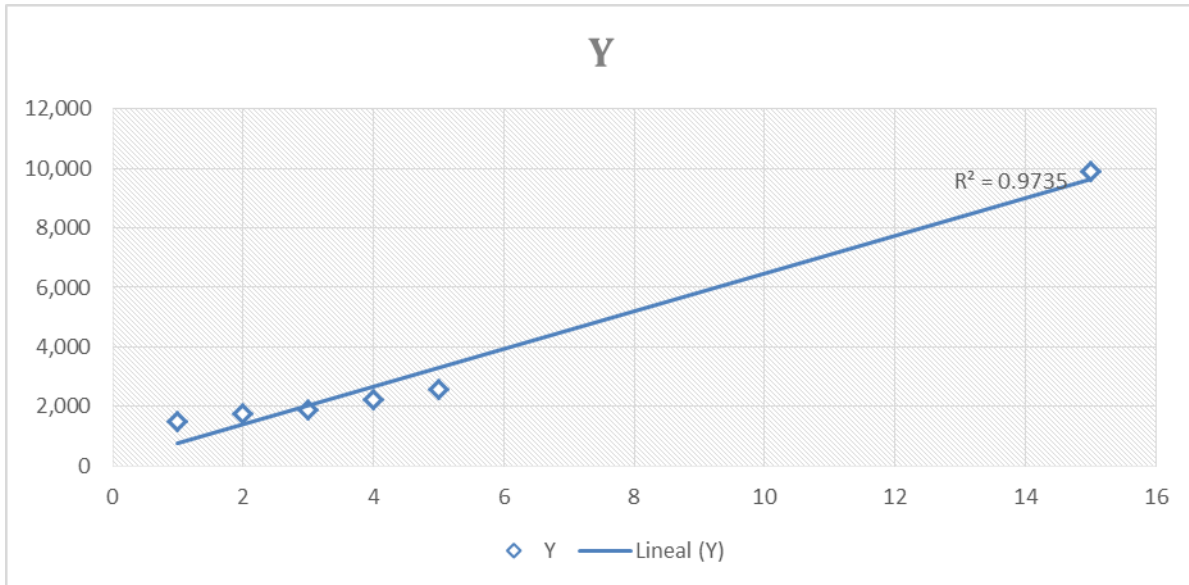
*Fórmula para proyectar linealmente:*

$$Y = a + bx$$

Proyección 2017=	2,802
Proyección 2018=	3,075
Proyección 2019=	3,348
Proyección 2020=	3,620
Proyección 2021=	3,893
Proyección 2022=	4,166

**Tabla 55:** Demanda proyectada del mercado en toneladas

2018	2019	2020	2021	2022
3,075	3,348	3,620	3,893	4,166



**Figura 15:** Proyección lineal.

**Elaboración:** Propia

Como se visualiza la figura N° 15, el  $R^2 = 0.97$ , el monto es mayor a 0.85, por consiguiente, se acepta dicha regresión.

**Tabla 56:** Proyección de las exportaciones de la empresa (expresado en Kg.)

Años	2018	2019	2020	2021	2022
Cantidades proyectadas kg	<b>13,709</b>	14,257	14,970	15,868	16,979
cantidades en cajas	1,008	1,048	1,101	1,167	1,248
cantidades en unidades	40,320	41,933	44,029	46,671	49,938
Tasa de crecimiento		4.00%	5.00%	6.00%	7.00%

**Fuente:** Elaboración propia.

Se puede observar que para el primer año la empresa va a exportar 13,709 kilogramos que es equivalente a 1008 cajas, el cual representa una cuota de mercado del 0.18% del total de importaciones que New York realiza y la tendencia de crecimiento anual aprovechando la alta demanda que existe en el mercado va ser de 4.00%, 5.00%, 6.00% y 7.00%.(véase en la tabla N° 56).

### **3.4 Estrategias de Ventas y Distribución.**

Imagine Latin Fruit S.A.C. va a establecer una estrategia genérica de segmentación que es elaborar productos funcionales que están dirigidos a aquellos consumidores que buscan adquirir bienes innovadores, que tienen por finalidad prevenir y mejorar la calidad de vida de las personas.

Este producto está dirigido a hombres y mujeres entre 25-59 años, ya que básicamente en este rango de edades ya tienen capacidad adquisitiva y comienzan a preocuparse por su calidad de vida; es por ello que pueden tomar la decisión de adquirir un producto que tiene un precio más elevado a uno convencional.

#### **3.4.1 Estrategias de segmentación.**

En cuanto a la segmentación se orientara el producto a hombres y mujeres, entre los 25 59 años, de clase media y alta de las familias americanas.

- **Geográficamente:** el producto mermelada de Pomarrosa endulzado con estevia estará dirigido al consumidor de New York – Estados Unidos.
- **Demográficamente:** se buscará comercializar el producto a personas de clase media y alta, con poder adquisitivo.
- **Psicográficamente:** El cliente busca consumo de productos funcionales, naturales, es decir valoran la procedencia y el valor nutricional.

- **Conductualmente:** Personas que consumen en supermercados, tiendas naturales, entre otros.



**Figura 16:** Estrategias de segmentación de Porter.

**Elaboración:** Propia.

### 3.4.2 Estrategias de posicionamiento.

Imagine Latin Fruit S.A.C buscar ingresar al mercado con un producto que tiene una combinación perfecta, de Pomarrosa endulzado con estevia.

Según el modelo de Ansoff, se puede obtener una cuota de mercado ubicándose en uno de los cuadrantes de la matriz que es penetración de mercado, debido a que Imagine Latin Fruit S.A.C. ingresará al mercado con un producto existente solo de diferente sabor, y a un mercado existente tal cual es New York – Estados Unidos.

En consecuencia buscará posicionarse como una empresa que ofrece un producto de calidad altamente funcional y también en ser una empresa que se preocupa por el estilo de vida del consumidor.

Las etiquetas darán información completa y detallada de lo que es el producto y sus cualidades; las variables directamente relacionadas con este posicionamiento serán:

- La calidad: Brindar un servicio con “atención”, “respeto” y “adaptabilidad” desde la materia prima (productores) con la finalidad de cumplir con las exigencias del mercado norteamericano, en usos, tipos y costumbres del consumidor en New York- Estados Unidos  
–New York, así como también, mantener un alto grado de “compromiso” y “dedicación” del vendedor respecto de su relación comercial con el comprador, lo que implican contactos telefónicos regulares, correspondencia fluida (de preferencia en inglés) y presencia en los principales eventos del sector como seminarios, ferias y exposiciones.
- Sabor: el sabor será innovador y tendencioso si bien este producto no es nuevo en el mercado, por ser una mermelada si es nuevo por la fruta base Pomarrosa endulzada con estevia.
- El aroma es delicioso y bastante agradable al gusto.

### **3.4.3 Estrategias de distribución.**

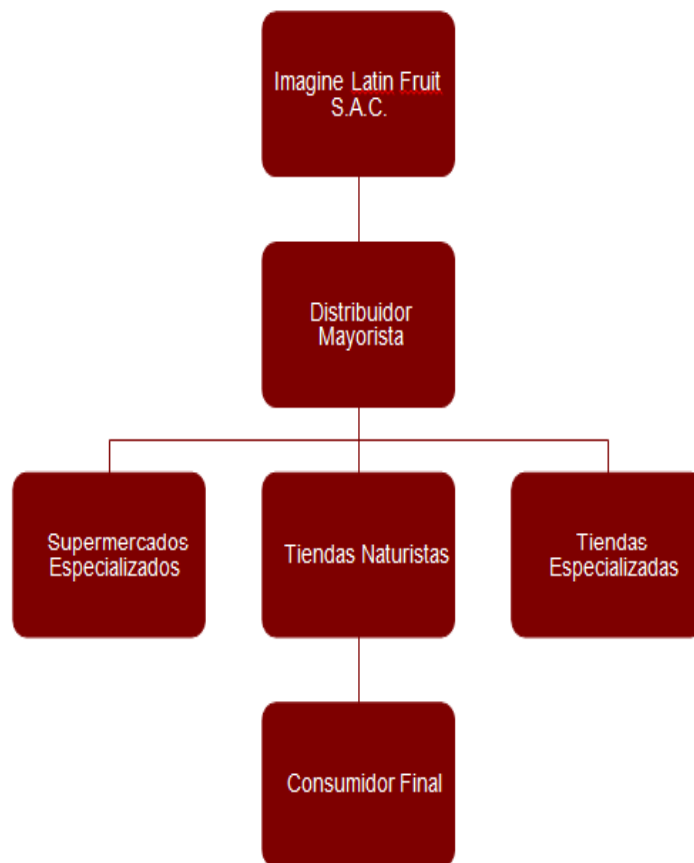
La empresa Imagine Latin Fruit S.A.C., decidirá sus ventas de acuerdo a las políticas establecidas por la misma, tales como:

- Ofrecer productos de calidad que destaque su valor nutricional, para de esa manera atraer clientes potenciales (distribuidores).
- Rotular el envase con la información del producto.
- Realizar una correcta homologación de proveedores, para poder brindar un servicio en cuestión de precios, disponibilidad, entre otros.



- Solicitar a la empresa maquiladora los permisos y licencias de DIGESA, para garantizar la inocuidad del producto.
- La información será restringida para la protección de información del comprador.
- Se trabajará con la modalidad Incoterms®2010 FOB New York.

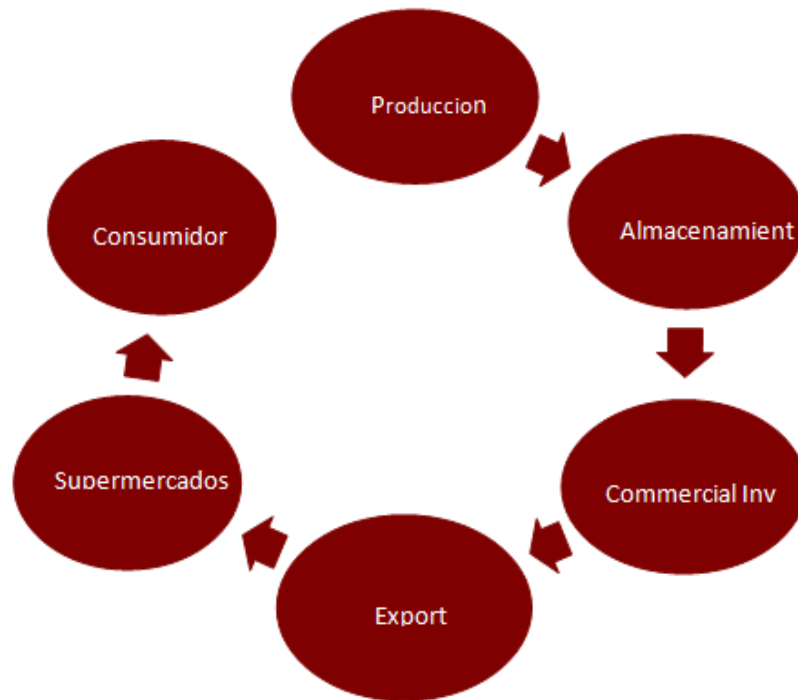
En la figura N° 17 se observara que la empresa Imagine Latin Fruit S.A.C, que comercializará a través de un distribuidor mayorista para poder llegar al consumidor final, como inicio de actividades comerciales, además porque según el análisis preliminar realizado los supermercados en New York y gran parte de Estados Unidos, se prefiere tercerizar el proceso de importación por los costos que conllevaría implementar una área de logística internacional dentro de su empresa.



**Figura 17:** Estrategia de distribución comercial.

**Elaboración:** propia.

Al ser una empresa nueva en el medio para iniciar se contactara con un distribuidor que ya tenga la experiencia y el conocimiento de las características del mercado para acceder a los intermediarios y consumidores finales, el proceso que seguiría sería (véase figura N°17)



**Figura 18:** Distribución Física de Mermelada.

**Elaboración:** Propia.

La idea de generar ventas a través de distribuidores es para tener la facilidad de acceder al mercado de destino, posicionarse en la mente del consumidor y acceder con barreras de acceso inferiores.

En ese sentido reducirá tiempo y costos, debido a que al crear una marca nueva durante los primeros años, demandaría mayor presupuesto.

Sin embargo se buscará una activa participación en ferias de promperú para poder conseguir potenciales clientes y dejar de usar los bróker en el futuro.

**Tabla 57:** Lista de distribuidores de alimentos en New York, Estados Unidos.

<b>Nombres de Distribuidores</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>
J & R Food Market	7 W Centre St, New York, MD 21201	(410) 539-3758
Gundalow LLC	3200 James St., New York, MD 21230	(443) 604-3973
Uac Food Market	901 Bennett Pl, New York, MD 21223	(410) 225-9822

**Fuente:** Yelow Page

**Elaboración:** Propia

### 3.5 Estrategias de Promoción.

Al ser la mermelada de Pomarrosa un producto funcional, lo que se realizará como empresa es dar a conocer la mermelada como un producto altamente natural por lo que explotaremos sus cualidades y beneficios que conlleva su consumo a través de las diversas ferias realizadas por promperu y/o entre otras ferias que ahí se realicen para resaltar las características del producto.

#### ✓ **Asistencia a ferias:**

Las ferias hoy en día son consideradas mercados vivos de operaciones comerciales, donde se encuentra concentrada la mejor fuente de información del sector en vivo y en directo, de modo que te permite poder intercambiar opiniones y tendencias.



Es por tal motivo que estas deben usarse de forma óptima y rentable con el objetivo de fomentar el desarrollo de la empresa.

En ese sentido la empresa buscará informarse sobre la feria, antigüedad, reconocimiento dentro del sector, dimensión internacional, periodicidad y lo que es más

importante su poder de convocatoria; lo que se buscará es exigirle a la feria, que sea el punto de encuentro entre la mejor oferta y demanda.

Además, las personas que concurren a estos eventos permiten establecer un contacto directo con los potenciales importadores y estrechar vínculos con los clientes, agentes, distribuidores, mayoristas, etc.

**Tabla 58:** Principales Ferias en Estados Unidos.

<b>Feria</b>		
	BioFach America 2017	Natural Products Expo East 2017
<b>Sectores</b>	Alimentación, Hostelería, Bebidas, Comida natural, Comida orgánica.	Alimentación, Alimentos naturales, Alimentos orgánicos y Productos naturales.
<b>Periodicidad</b>	Anual	Anual
<b>Alcance</b>	Privado	Privado
<b>Recinto</b>	New York Convention Center	New York Convention Center
<b>Fecha</b>	18 al sábado 24 Setiembre 2017	21 al sábado 23 Setiembre 2017

**Fuente:** Calendario de Ferias, 2017

**Elaboración:** Propia

La feria de Natural Products Expo East, recibe más de 1450 marcas, incluyendo 450 expositores. Año tras año crece en un nivel de participación del 10%.

**Tabla 59:** Presupuesto de participación en Feria Natural Products Expo Fast (02 personas)

Descripción	Total S/.	Total \$
Espacio en la feria (Stand)	10000.00	3012.05
Decoración del Stand	3500.00	1054.22
Pasaje aéreo	5976.00	1800.00
Hospedaje	400.00	120.48
Movilidad	200.00	60.24
Alimentación	150.00	45.18
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	6000.00	1807.23
<b>Gasto de venta total</b>	<b>26826.00</b>	<b>8080.12</b>

**Fuente:** MINAGRI-PROMPERU-ADEX

**Elaboración:** Propia

Por ende, la empresa Imagine Latin Fruit S.A.C considerar que es fundamental invertir en lo que es inversión del marketing, ya que es este es considerado el core business y la razón de venta de la mermelada.

✓ **Agregados comerciales:**

Perú cuenta en la mayoría de los países con agregados comerciales que son quienes se encuentran bajo la responsabilidad del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

(MINCETUR), con la finalidad de apoyar comercialmente al exportador peruano.

El Consejero Económico Comercial de Perú en Estados Unidos:

- Nombre: Conrado José, Falco Scheuch.
- E-mail: cfalco@mincetur.gob.pe.
- Dirección: 767 Third Ave. Suite 3B. New York NY 10017.

- ✓ **Internet (e-commerce):** Se creará una página web, donde los posibles clientes pueden conocer los beneficios del producto, mediante la edición de imágenes didácticas, llamando la atención de nuestros consumidores y clientes. Por otro lado, se tendrá

una participación constante las diferentes páginas web que ofrecen la venta directa Amazon.com, Evitamins.com, myamericanmarket.com, etc., entre otros

Se considera de importancia que hoy en día ante un mundo globalizado existe la tendencia que puede marcar una ventaja diferencial entre pequeñas y medianas empresas, ya que este medio brinda las facilidades que el consumidor a través de diversas fuentes se sienta más familiarizado con el producto.

- La empresa ha decidido crear videos que identifiquen las raíces del producto y sobre todo sus principales atributos.
  - Página web: será la plataforma donde se plasmaran los videos, el correcto suministro de información, y la posibilidad de un contacto directo con el cliente.
  - [www.Imaginelatinfruit.com](http://www.Imaginelatinfruit.com)
  - Market place: la empresa asimismo empleara la herramienta de google adwords es una herramienta que te permite posicionarte entre los primeros al momento de realizar una búsqueda, y permite a los clientes visualizar los anuncios mientras visitan el sitio web.
- 
- **Informar al consumidor la trazabilidad del producto, Antozea.** Mediante la página web o nuestra carta de presentación se informará a los interesados, el proceso productivo de la obtención y preparación del producto final.
  - Envío de muestras a los clientes (distribuidores).
  - **Google adword:** Durante el segundo año si se desea invertir mas en publicidad haremos uso de este mecanismo que nos brinda google donde. A continuación, presentaremos en la tabla el volumen de inversión que tendremos.

**Tabla 60:** Presupuesto de promoción en Google adword

	2019	2020	2021	2022
<b>DIARIO</b>	3.00	3.50	4.00	4.50
<b>MENSUAL</b>	90.00	105.00	120.00	135.00
<b>ANUAL</b>	1080.00	1260.00	1440.00	1620.00

**Fuente:** Elaboración propia

- **Visitas comerciales:** Se visitará a los importadores/distribuidores del producto, con la intención de afianzar la relación del negocio y discutir temas de comercialización. Se aprovechará en realizar estas visitas durante la estadía de participación en ferias.
- **Envío de muestras a los clientes (distribuidores),** se enviará muestras del envase de mermelada de pomarrosa a los principales importadores/distribuidores en Estados Unidos New York de este modo, los potenciales compradores podrán evaluar el producto y hacer el pedido. De acuerdo a la Tabla N° 61.

**Tabla 61:** Presupuesto de Merchandasing (folletos, tarjetas, regalos) + Envío de Muestras

Descripción	Total
<b>Merchandasing (folletos, tarjetas, regalos) + Envío de Muestras</b>	1515.15
<b>Total</b>	<b>1515.15</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

### **Rueda de negocios**

Es muy importante añadir que en las ferias internacionales así también como la feria realizada en el Perú, se puede programar ruedas de negocios, esta es una manera de conocer a tu cliente y agendar una cita privada en la misma feria, junto con la entidad organizadora que lo coordina, esto es con el fin de concretar la reunión comercial.

**LinkedIn empresas:** Esta es una red de profesionales, existen más de 400 millones de miembros. Es una comunidad social orientada a las empresas, a los negocios y el empleo.

## 4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

### 4.1) Envases empaques y embalajes.

#### 4.1.1) Envase

Se ha optado por envase de vidrio con tapa rosca de 12 oz., para la correcta preservación del producto y este llegue en condiciones organolépticas.

Este tendrá una medida de 8 cm de diámetro x 10 cm de alto.



**Figura 19:** Envase de mermelada de Imagine Latin fruit SAC.

**Elaboración:** Propia.

#### 4.1.2) Empaque

Será en cajas de cartón corrugado de 33cm x 40 cm x 21 cm, debido a que proporcionara mayor seguridad y protección a los productos durante el proceso logístico, hasta llegar al último consumidor final.



Estas cajas son un medio ideal para que la empresa pueda considerar ciertos factores que son de vital importancia tales como:

- ✓ Características del producto.
- ✓ Condiciones de manipulación.
- ✓ Condiciones de almacenamiento.
- ✓ Numero de apilamiento en bodega.
- ✓ Mercado de destino
- ✓ Condiciones climáticas.

Las cajas de cartón que se emplearan serán las traspaladas, debido a que brindan mayor seguridad y acogimiento al producto, y sobre todo evitará que se desfonde o se abran.



**Figura 20:** Cajas de Cartón traspalado.

**Fuente:** Corrugadora .

En la figura N°19 se puede observar cómo se ubicaran los frascos en la caja, debido a que estos tendrán separadores, para evitar así cualquier tipo de fractura ante cualquier movimiento durante la Distribución Física Internacional, tendrán dos niveles dentro de las cajas. (Véase figura N°20 y N°21)

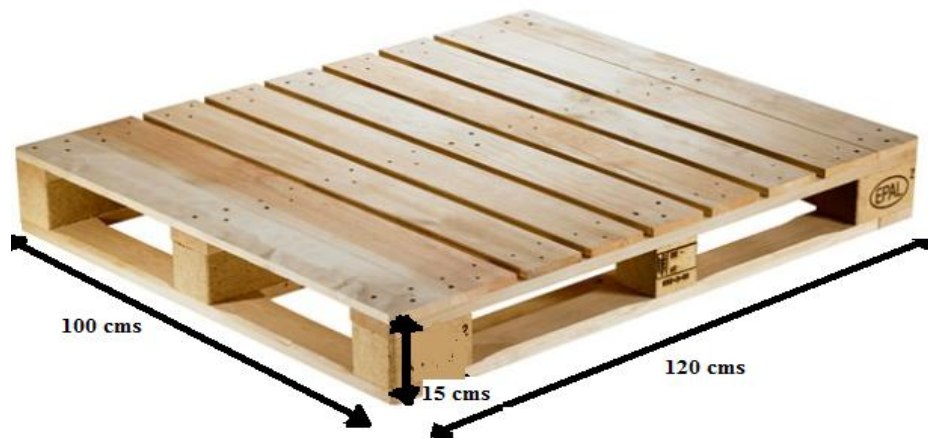


**Figura 21: Separadores para frascos de mermelada.**

**Fuente:** Corrugadora Ríos.

#### **4.1.3) Embalaje**

Con el objetivo de lograr una mayor seguridad en los productos embalados y conseguir mayor rapidez en la manipulación de la carga, usaremos pallets de madera de cuatro entradas para facilitar el manipuleo de la carga (entrada de la horquillas de las grúas por cuatro lados). La paleta es del tipo americana de 120cm x 100cm x 15 cm y un peso de 15 kg aproximadamente.



**Figura 22:** Medidas del pallet.

**Elaboración:** Propia

Las paletas deben cumplir con la Norma Internacional para Medidas Fitosanitarias NIF15, la cual reglamenta las medidas sanitarias que debe cumplir el embalaje de madera utilizado en el comercio internacional. De esta manera, se reduce el riesgo de inmersión y/o dispersión de plagas propias de la madera.

Estados Unidos, es uno de los países que ha implementado la norma y exige que el embalaje de madera se someta a tratamiento térmico o fumigación con bromuro de metilo. Además, se implantó que los embalajes de madera deben ser marcados con una marca reconocida internacionalmente para certificar que el tratamiento se realizó correctamente.

En el Perú, SENASA tiene la responsabilidad que los embalajes de madera cumplan con la norma internacional y cumplir con la normativa nacional que tiene como objetivo de aminorar el riesgo de introducción y propagación de plagas cuarentenarias. Además; es responsable de especificar los procedimientos fitosanitarios para el ingreso al país de mercancías con embalaje de madera.

Por lo expuesto anteriormente, se comprará paletas que cumplen la norma NIMF15, debidamente acreditadas por la marca correspondiente y la certificado fitosanitario correspondiente.

A continuación, se aprecia la distribución de las cajas corrugadas en el pallet, teniendo como apilamiento máximo por pallet es de 7 cajas. Es así como calculamos que entran 9 cajas en cada fila dando un total de 67 cajas por pallet.

1	2	3
4	5	6
7	8	9

**Figura 23:** Distribución de las cajas corrugadas por pallet.

**Elaboración:** Propia

Adicionalmente, se usa film transparente estirable para proteger las cajas, agruparlas e inmovilizarlas en la paleta; siendo la forma más rentable y efectiva para lograr que la mercadería llegue en condiciones adecuadas al mercado de destino. Es importante saber usar el film, para reducir el consumo de este por paleta por lo que la técnica de aplicación es importante para que el ajuste sea óptimo a la carga.

Luego del proceso de empaque se procede la etapa de embalaje, las cajas de cartón corrugadas serán envueltas con stretch film, tal como se mostrará en la siguiente imagen:



**Figura 24:** Elaboración propia del procedimiento de embalaje.

## **4.2 Diseño, rotulado y marcado.**

### **4.2.1 Diseño del rotulado.**

Para un correcto diseño de la etiqueta de acuerdo al producto y lugar a exportar, se deberán considerar las medidas que son establecidas por la FDA (Food and Drug Administration).

Estas son consideradas medidas no arancelarias establecidas por los gobiernos para controlar la entrada y salida de mercancías entre los países.

La información del etiquetado general que manda la FDA se debe presentar en inglés utilizando las unidades de medición del sistema inglés (libras, onzas).

Se deberá considerar la siguiente información para la etiqueta:

- Declaración de identidad.
- Nombre común o usual del alimento (naturaleza del producto): Mermelada  
Marca o logo del producto: Marca Blanca.
- Declaración exacta del contenido neto (peso, volumen): 340 gramos / 12 oz.
- Nombre del fabricante: PERUVIAN NATURE S & S S.A.C
- Envasador o distribuidor o exportador: Latin Imagine Fruit SAC
- País de origen: Perú.
- Si fuera elaborado con dos o más ingredientes, se deberá detallar la lista completa de los ingredientes, enumerados por su nombre común o usual y en orden decreciente a la cantidad presente en el producto: Pomarroza. (FDA,2016)

Etiquetado nutricional, será considerado por Imagine Latin Fruit S.A.C., de acuerdo a los requisitos de FDA, los componentes deberán estar listados según el siguiente orden:

- Calorías totales (total calories)
- Calorías de grasas (calories from fat)
- Calorías de grasas saturadas (calories from saturated fat)
- Grasas saturadas (saturated fat)
- Grasas polisaturadas (polysaturated fat)
- Colesterol (cholesterol)
- Carbohidratos totales (total carbohydrate)
- Fibra dietética (dietary fiber)
- Fibra soluble (soluble fiber)
- Fibra insoluble (insoluble fiber)
- Azúcares (sugars)
- 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 minerals).(FDA,2016)

Todo lo que son cantidades de los nutrientes básicos, deben estar listados en el formato de la tabla nutricional. Esta se debe ubicar en el panel de información, justo en la parte superior de la lista de ingredientes, este es un requisito obligatorio en todos los alimentos envasados. Puede estar en bilingüe, siempre y cuando la traducción sea la correcta. (FDA, 2016)

### Nutrition Facts

Serving Size 1/12 of loaf (47g)  
Servings Per Container 12

---

Amount Per Serving

**Calories 140**    **Calories from Fat 10**

---

% Daily Value\*

**Total Fat 1g**                                       **2%**  
Saturated Fat 0g                                   **0%**  
Trans Fat 0g

---

**Cholesterol 0mg**                                   **0%**  
**Sodium 230mg**                                   **10%**  
**Total Carbohydrate 29g**                       **10%**  
Dietary Fiber 1g                                   **4%**  
Sugars 3g

---

**Protein 5g**

---

Vitamin A 0%                                       • Vitamin C 0%  
Calcium 0%   • Iron 10%

\*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs:

		Calories: 2,000	2,500
Total Fat	Less than	65g	80g
Saturated Fat	Less than	20g	25g
Cholesterol	Less than	300mg	300mg
Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg
Total Carbohydrate		300g	375g
Dietary Fiber		25g	30g

Calories per gram:  
Fat 9 • Carbohydrate 4 • Protein 4

**Figura 25:** Guía de Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios para Exportar Alimentos a los Estados Unidos.

**Fuente:** FDA.

Las autoridades aduaneras recomiendan el marcado de todos los pallets y su correlatividad con lo indicado en factura para facilitar la identificación. A su llegada a puerto, la

mercadería es controlada por el vista aduanero a través de su marcación exterior y, generalmente, una muestra por lote es abierta en aduana para inspección.

**a) Marcas estándar o principales**

Nombre del Importador : J & R Food Market

Puerto de descarga: Puerto Nueva York

Nº de bultos: 1/ 126

**b) Marcas de información**

Exportador: Imagine Latin Fruit SAC.

Puerto de origen: Callao – Perú.

Dimensiones de la caja: 40 cm x 33 cm x 21 cm

Peso Bruto: 14 kg

Peso Neto: 15.9 kg

**c) Marcas de manipuleo**

- Lado hacia arriba: Es el pictograma más importante, ya que es imprescindible la forma de manipulación de la carga para evitar los daños.
- No usar ganchos: Los ganchos podrían maltratar el embalaje del producto.
- Mantener en un lugar humedo y seco.





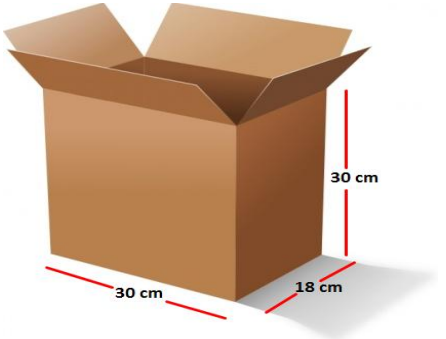

**Figura 26:** Marcado de la caja, solo sirve como ejemplo

**Elaboración:** Propia

#### **4.3 Unitarización y cubicaje de la carga.**

Para la exportación a New York EEUU, se cotizo el envío de 80 cajas corrugadas (cada una con 32 unidades de tetra pack) en 01 paleta (carga suelta - LCL), vía transporte marítimo. En la siguiente tabla N° 61, se muestra información detalla sobre las medidas, peso, cantidades de unidades para la caja master y el pallet.

**Tabla 62:** Unitarización de cajas y paleta

REPRESENTACION GRAFICA	CARACTERISTICAS
	<b>EMPAQUE Y EMBALAJE</b>
	Caja master de cartón corrugado con una sola onda tipo de onda B de doble pared.
	Medidas: 30cm x 18cm x 30cm
	Cantidad de unidades por caja: 24 unidades
	Peso neto por caja: 16 kg.
	<b>UNITARIZACIÓN</b>
	Pallet de madera tipo americana
	Medidas: 120cm x 100cm x 15cm
	Número de paletas : 1
	Total de cajas por pallet: 80 cajas
	Total de unidades por pallet: 2560 unidades
	Peso neto por paletas: 1280 kg.
Peso bruto por paletas: 1367.20 kg.	

**Elaboración:** Propia

Una parte importante en la Logística, es el de preparar correctamente las mercancías para su distribución para el mercado internacional; por lo que, a través de la unitarización se agrupa las mercancías en unidades superiores de carga con el propósito de facilitar el transporte y conservar su integridad durante el tiempo que dure la movilización. En la tabla N° 62, se muestra la unitarización de los productos en cajas, pallets y embarques por año.

**Tabla 63:** Unitarización de la carga

<b>Medidas del envase</b>		
Diametro	8	Centímetros
Altura	10	Centímetros
Peso neto por envase	340	Gramos
<b>Caja</b>		
Medidas de caja	33*40*21	Centímetros
Ancho	33	Centímetros
largo	40	Centímetros
Altura	21	Centímetros
N° de unidades por Ancho de caja	4	Unidades
N° de unidades por largo de caja	5	Unidades
Niveles	2	Niveles
Numero de envases por caja	40	Unidades
Peso neto por caja	14	Kilogramos
Peso bruto por caja	15.9	Kilogramos
<b>Paleta</b>		
Ancho	100	Centímetros
largo	120	Centímetros
N° de unidades por Ancho de paleta	3	Cajas
N° de unidades por largo de paleta	3	Cajas
Niveles de caja	7	Niveles
<b>Total de cajas por paleta</b>	<b>63</b>	<b>Cajas</b>
Total de unidades por paleta	2520	Unidades
Peso neto por paleta :	856.8	Kilogramos
Peso bruto por paletas	1021.7	Kilogramos
<b>N° de paletas por embarque</b>	<b>2</b>	<b>Paletas</b>
N° de unidades por embarque	5040	Unidades
N° de cajas por embarque	126	Cajas
Peso neto por embarque	1713.6	kilogramos
Peso bruto por embarque	2043.4	Kilogramos
N° de envíos año	8	Envíos
Nro de unidades anuales	40320	Unidades
N° de cajas anuales	1008	Cajas
Peso neto anual	13708.80	Kilogramos
Peso bruto anual	16347.20	Kilogramos

**Elaboración:** Propia

#### 4.4 Cadena de DFI de exportación.

##### A. Determinación de requerimiento de insumos e infraestructura:

- ✓ Del insumo.

Imagine Latin Fruit S.A.C. tercerizará el proceso de producción de la mermelada de Pomarrosa endulzada con estevia, en frascos de vidrio de 340 gramos, contratando para esto a la empresa Alimentos de Exportación – PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.en su planta ubicada en Lurín, el cual posteriormente será trasladado a los almacenes de la empresa.

A continuación, se detalla el proceso logístico para la obtención de los insumos:

**Tabla 64:** Proveedores de Imagine Latine Fruit S.A.C.

Empresa	Ruc	Servicio
Agricultores Tagufe SAC	20526077521	Proveedor de la materia prima.
Peruvian Nature s&s S S.A.C.	20502203461	Servicio de maquila.

**Fuente:** Páginas web – SUNAT.

**Elaboración:** Propia.

Imagine Latin Fruit S.A.C con la finalidad de garantizar la calidad del insumo principal que es la Pomarrosa se encargará de la compra de la materia prima a Imagine Agricultores Tagufe SAC, los insumos serán entregados directamente a la empresa maquiladora Alimentos de Exportación – PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.. quienes se encargaran del proceso de producción, envasado, etiquetado y paletizado para luego ser enviados al almacén de la empresa.

Cada fase del proceso de producción será supervisada por el asistente de operaciones y logística de la empresa, quien verificará la calidad del producto en cada etapa del proceso de elaboración.

El proveedor PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.. Será quien proporcionará las cajas de cartón, y los frascos de vidrio debido al poder de negociación que este tiene con sus proveedores, sin embargo estos también serán revisados por el personal de la empresa.

- ✓ De la infraestructura

La empresa Peruvian Nature S&S S.A.C. estará ubicada en:

**Tabla 65:** Infraestructura de PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.

País	Perú
Departamento	Lima
Distrito	Lurín
Dirección	Las gardenias Mza. I lote. 12 Urb. Praderas de Lurin

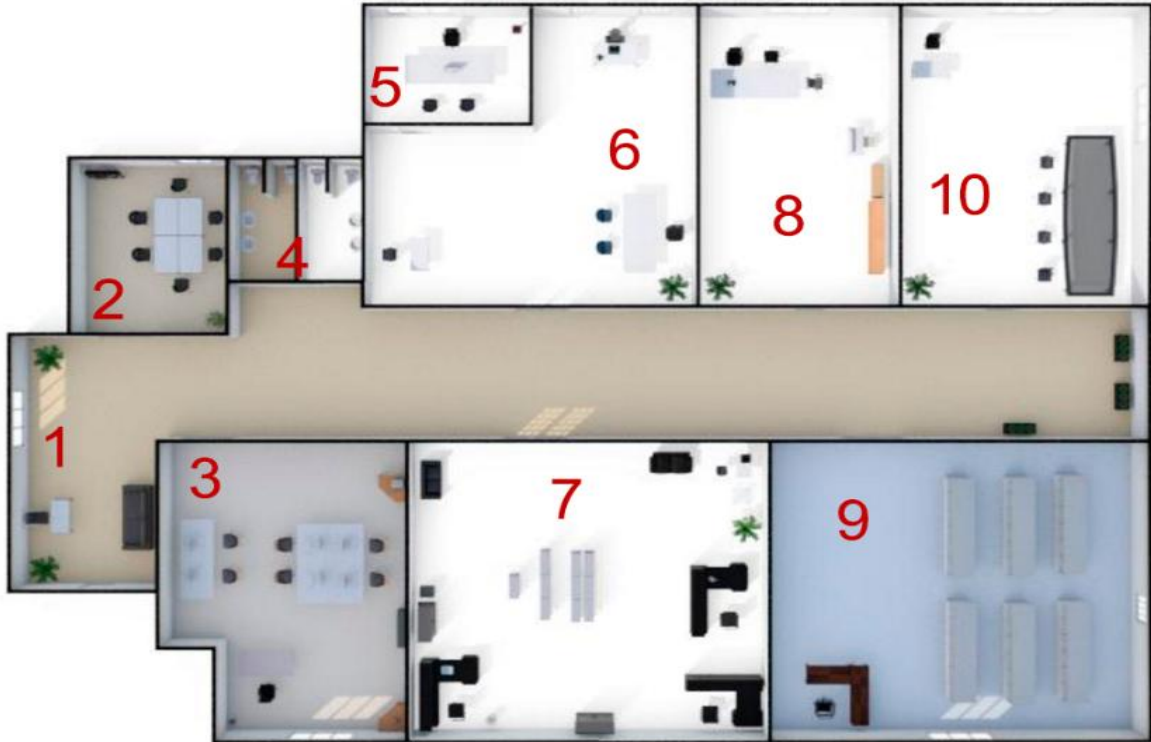
**Elaboración:** propia.

El área de almacén y oficina administrativa se encontraran ubicados en el mismo lugar. El local de la empresa cuenta con un área de 100 m<sup>2</sup>.

Se contará con un espacio para el ingreso y salida de camiones y montacargas, desde donde inmediatamente se podrá descargar el insumo y colocarlos en el almacén. Para el proceso de ventas y gestiones administrativas se contara con un área comercial y un área administrativa. Muy cerca se encontrarán los servicios higiénicos para la higiene de los trabajadores.

Todas las áreas y ambientes estarán señalizadas cumpliendo con la normativa de defensa civil.

Para llevar a cabo el presente proyecto, es necesario diseñar un plano de la empresa el cual se presenta a continuación:



**Figura 27:** Distribución de las áreas de la empresa IMAGINE LATIN FRUIT SAC.

**Elaboración:** Propia

En la figura N° 27 presentamos la distribución de los ambientes de la empresa Imagine Latin Fruit SAC, la distribución comprende 7 ambientes debidamente señalizados cumpliendo con la normativa de Defensa Civil.

Número	Ambiente
1	Estacionamiento (carga y descarga)
2	Logística
3	Almacén de productos terminados
4	Gerencia General
5	Administración y Finanzas
6	Sala de reuniones
7	Comercial
8	Baño de hombres
9	Baño de mujeres

## B. Establecer estrategias de suministro.

La cadena de suministro se conforma por todas las actividades y procesos que involucran proveedores y clientes para que formen parte de la producción y distribución del producto comercializado por Imagine Latin Fruit S.A.C. en la cantidad necesaria, en el lugar correcto y con el tiempo necesario para satisfacer los niveles de servicio requeridos por el consumidor.

**Tabla 66:** Criterios para la selección de empresa proveedora de insumos.

Criterios	Agricultores Tagufe SAC	Productores Agrarios el Encanto SAC	Agricultores Nuevo San Hilarion SAC
Precio kg	Medio	Medio	Bajo
Experiencia	7 años	4 años	2 años
Puntualidad	Muy buena	Muy buena	Muy buena

**Elaboración:** propia.

## C. Valor agregado interno:

Este fruto es color rojizo aparentemente casi como una manzana, contiene un sabor agri-dulce, la cascara es muy fina y puede ser consumida con cáscara o sin ella, dentro de ella se encuentra una pepa color marrón y muy dura, así mismo es un fruto exótico de la selva que contiene grandes nutrientes que pueden ser aprovechados:

**Tabla 67:** Ponderación para la selección de empresa proveedora de insumos.

Calificación: Rango de 1 (malo) – 3 (muy bueno)

Criterios	%	Agricultores Tagufe SAC	Puntaje	Productores Agrarios el Encanto SAC	Puntaje	Agricultores Nuevo San Hilarion SAC	Puntaje
Precio kg	25%	2	0.5	1	0.25	2	0.5
Flete	15%	3	0.45	2	0.3	S/. 2	0.045
Distancia a la planta	20%	2	0.4	1	0.2	3	0.04
Experiencia	20%	4	0.8	3	0.6	2	0.4
Puntualidad	20%	3	0.6	1	0.2	3	0.6
Total	100%		2.75		1.55		1.585

**Elaboración:** propia.

Con la ponderación de la tabla N°67 se puede determinar de acuerdo a diversos criterios elegidos por la empresa cual es la empresa que será su proveedor principal que será la empresa Agricultores Tagufe S.A.C. con un puntaje de 2.75.

Como el producto será tercerizado, es por ello que también se tendrán dos empresas que son maquiladoras, en el caso la empresa ya antes designada no pueda cumplir con el contrato.



**Tabla 68:** Servicio de maquila de mermelada.

Servicio de Maquila			
Razón Social	RUC	Ubicación	Logo
Alimentos de Exportación – ALIEX S.A.C	20504187587	Mza. S/n Lote. 03 Fundo Buena Vista – Lurín.	
PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.	20502203461	Las Gardenias Mza. I Lote. 12 Urb. Praderas de Lurin (Alt. km. 40 antigua panamericana sur-Lima)	
Inka Crops S.A	20291939083	Av. El Santuario 1127, Zárate.	

**Fuente:** SUNAT.

**Elaboración:** Propia

Por último, la elección de la empresa maquiladora se realiza con diferentes criterios, siendo uno de los más importantes la certificación para el ingreso de los productos al mercado estadounidense además de la capacidad de producción de planta, es por ello que se considera a la empresa Peruvian Nature S&S SAC. como principal empresa maquiladora, cuenta con 7 años en el mercado, ofreciendo productos y servicios de calidad calificados como Gourmet, dicha empresa cuenta con certificado de HACCP,

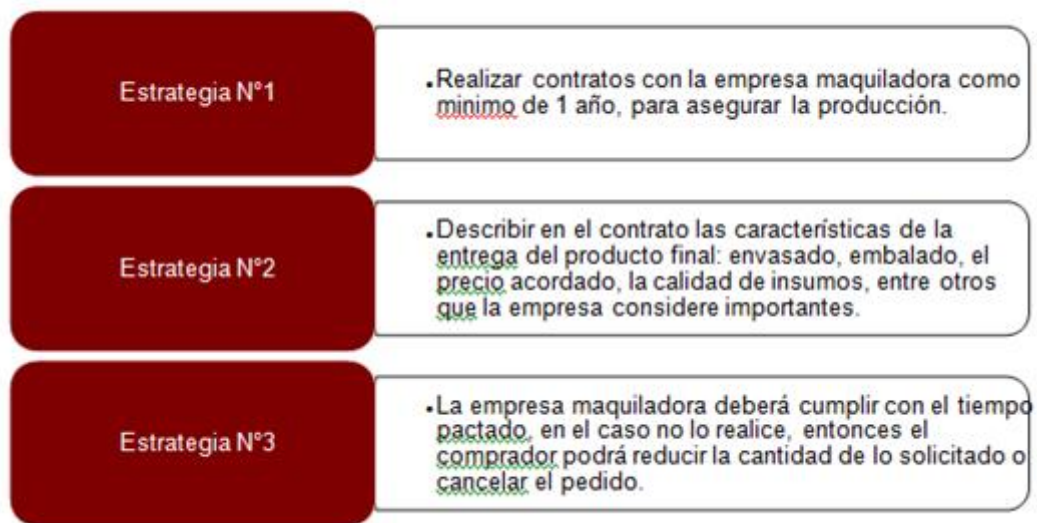
**Tabla 69:** Criterios para la selección de empresa procesadora.

Calificación: Rango de 1 (malo) – 3 (muy bueno)

Criterios	%	Peruvian Nature S&S S.A.C	Puntaje	Alimentos de Exportación Aliex S.A.C	Puntaje	Inka Crops S.A.	Puntaje
Certificados	20%	3	0.6	3	0.6	2	0.4
Precio	13%	2	0.26	2	0.26	2	0.26
Experiencia	15%	2	0.3	2	0.3	2	0.3
Tiempo de entrega	16%	3	0.48	2	0.32	3	0.48
Distancia	16%	3	0.48	3	0.48	3	0.48
Capacidad instalada	20%	3	0.6	3	0.6	3	0.6
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>2.72</b>		<b>2.56</b>		<b>2.52</b>

**Elaboración:** propia.

La estrategia que realizará la empresa Imagine Latin Fruit S.A.C. para lograr el compromiso de los proveedores y que estos no se vean involucrados con otros contratos serán los siguientes:



**Figura 28:** Estrategia para asegurar la producción con la empresa maquiladora.

**Elaboración:** Propia.

A continuación, se procede a realizar una explicación de lo que son los puntos más importantes de la cadena logística (suministro, fabricación y distribución)

✓ Suministro ( abastecimiento)

La empresa Imagine Latin Fruit S.A.C. será quien proporcionara el insumo principal para la producción de mermelada, ellos entregaran de forma directa la materia prima en la empresa maquiladora, por tema de ahorro de transporte sin embargo el Asistente de operaciones y logística, será el encargado de revisar y validar la calidad del producto. El pago de materia prima será de acuerdo al precio del mercado de venta por mayor.

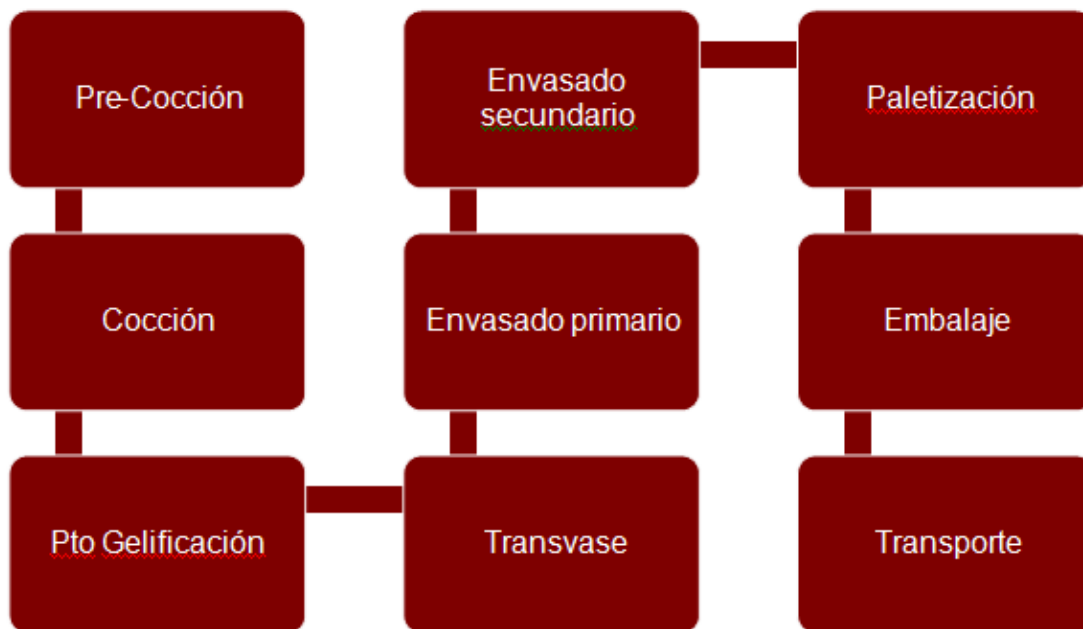
✓ Fabricación:

PERUVIAN NATURE S & S S.A.C. será la empresa maquiladora quien procesara la materia prima para convertirla en mermelada de acuerdo al contrato asimismo proporcionará el envase primario que son pomos de vidrio con tapa rosca por 340

gramos/12oz. Cada uno, así como pegara la etiqueta de nutrition facts, debido a que se comercializará el producto en marca blanca.

Vale resaltar que esta empresa cuenta con las certificaciones y requisitos que son exigidos por la FDA, para la elaboración y envasado de los productos que son procesados. Alimentos de Exportación S.A.C. cuenta con una capacidad de planta instalada mensual de 50 toneladas mensuales, y cuenta con un personal altamente calificado que supervisa a detalle todo el proceso desde la recepción de la materia prima hasta el embalaje final.

A continuación, se detalla brevemente cada fase del proceso de producción:



**Figura 29:** Proceso de producción de mermelada.

**Elaboración:** propia.

**Paso 1:** se realizará una pre-cocción de los insumos es decir la Pomarrosa.

**Paso2:** Se realizará una segunda cocción para lograr que el producto espese con los ingredientes incorporados.

**Paso3:** Punto de Gelificación: en este paso el producto ya tendrá consistencia gelatinosa por lo que se le incorporará preservantes que harán que el producto tenga una duración de 12 meses.

**Paso 4:** el producto será retirado de las máquinas de cocción y será traspasado a un recipiente que logrará que el producto se enfríe.

**Paso 5:** El envase primario es el frasco de vidrio, se envasa 340 gramos de la mezcla y se etiqueta con nutrition facts.

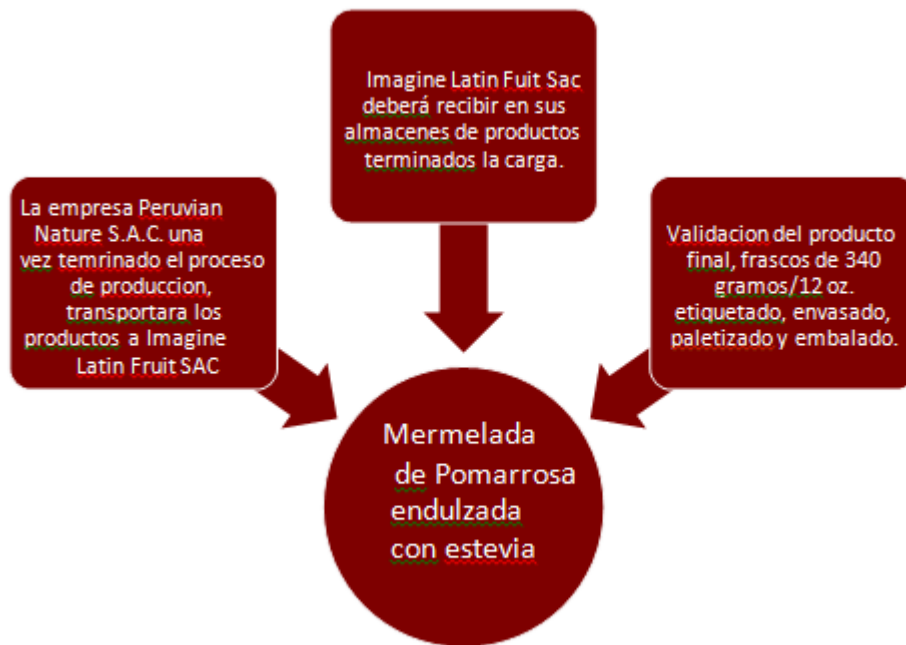
**Paso 6:** El envase secundario son las cajas de cartón que va con los logotipos impresos, adicional de separadores para evitar que los frascos se golpeen.

**Paso 7:** Se paletizará la carga en paletas americanas de medidas 1 x 1.20 mts.

**Paso 8:** Se recubrirá todo el pallet con stretch film para asegurar que este no se mueve y sea más fácil su transporte.

**Paso 9:** De acuerdo a el contrato realizado será la empresa maquiladora quine transportara el producto terminado a los almacenes de Imagine Latin Fruit SAC.

Por lo que en resumen se tendrá:



**Figura 30:** Proceso Logístico.

**Fuente:** Elaboración propia.

### C. Requisitos de acceso al mercado Objetivo-

#### Requisitos - Perú.

#### DIGESA- Dirección General de Salud Ambiental.

Según el Ministerio de Salud a través de la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA) es la autoridad de salud a nivel nacional y tiene la competencia exclusiva en el aspecto técnico, normativo y de vigilancia en materia de inocuidad de alimentos de consumo humano elaborados industrialmente de producción nacional o extranjera, con excepción de los alimentos agrícolas y acuícolas. La autoridad nacional en salud ejerce sus competencias en inocuidad de alimentos de consumo humano de procedencia nacional, importados y de exportación, contribuyendo a la protección de la salud de los consumidores, promoviendo la disminución de las enfermedades transmitidas por los alimentos (ETAs).

## **SUNAT- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria.**

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT, de acuerdo a su Ley de creación N° 24829, Ley General aprobada por Decreto Legislativo N° 501 y la Ley 29816 de Fortalecimiento de la SUNAT, es un organismo técnico especializado, adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas, cuenta con personería jurídica de derecho público, con patrimonio propio y goza de autonomía funcional, técnica, económica, financiera, presupuestal y administrativa que, en virtud a lo dispuesto por el Decreto Supremo N° 061-2002-PCM, expedido al amparo de lo establecido en el numeral 13.1 del artículo 13° de la Ley N° 27658, ha absorbido a la Superintendencia Nacional de Aduanas, asumiendo las funciones, facultades y atribuciones que por ley, correspondían a esta entidad.

### **Certificado de Origen:**

Documento expedido y/o visado por las cámaras de comercio u otros organismos competentes del país exportador, que sirve para acreditar que la mercancía consignada es originario de la nación mencionada en el mismo.

Según la Cámara de comercio de lima (2016) el certificado de origen tiene los siguientes objetivos:

- Certificar el origen y procedencia de la mercancía.
- Otorgar beneficios arancelarios en los acuerdos firmados o regímenes preferenciales.
- Cumplir un requerimiento exigido por autoridades del país importador.
- Cumplir un requerimiento exigido en un medio de pago internacional (Carta de Crédito o Cobranza Documentaria).

Para el siguiente plan se deberá solicitar el certificado de origen a la empresa maquiladora, debido a que el producto cuenta con preferencia arancelaria con el país de Estados Unidos liberando el arancel al 0%.

Las instituciones que emiten los certificados de origen son los siguientes: Cámara de Comercio de Lima, Asociación de Exportadores (ADEX) y la Sociedad Nacional de Industrias.

### **Requisitos- Estados Unidos.**

#### **FDA (Food and drug administration)**

Es la entidad del gobierno de los Estados Unidos responsable de la regulación de alimentos (tanto para personas como para animales), medicamentos (humanos y veterinarios), cosméticos, aparatos médicos (humanos y animales), productos biológicos y derivados sanguíneos; así como reglamenta el etiquetado de los productos.

Vela porque se cumpla con la Ley sobre Etiquetado de Productos Nutritivos y Educación (NLEA), sancionada como enmienda a la Ley FD&C, exige que la mayoría de los alimentos incluyan un etiquetado de información nutricional, y que las etiquetas de alimentos que contienen afirmaciones sobre el contenido de nutrientes y determinados mensajes sobre salud cumplan con requisitos específicos.

#### **Procedimientos previos a la exportación:**

FDA requiere por ley, que la planta de producción (Alimentos de Exportación S.A.C.) y la empresa exportadora (Imagine Latin Fruit S.A.C.) estén registrados, los cuales cumplen con las normas.

La inscripción y reinscripción se dará cada 2 años, esta inscripción incluirá la autorización explícita a FDA para inspeccionar los establecimientos que encuentren registrados. El no cumplimiento de la normativa implica que los establecimientos no podrán exportar a EE.UU.

#### **Notificación previa (Prior notice)**

Se procede a ingresar a la cuenta de la FDA y se llena el prior notice que es una notificación previa en línea a la Aduana, se tiene hasta 8 horas para llenarlo antes que la mercadería llegue al puerto de EE.UU.



Los datos más importantes que se consideran en el llenado son:

- Nombre de la mercadería: Mermelada de Pomarrosa.
- Nombre del productor: Peruvian Nature S&S S.A.C
- Nombre del exportador: Imagine Latin Fruit S.A.C.
- País de origen del producto: Perú.
- País en donde el producto es embarcado: Perú.
- El puerto a donde ingresará a EE.UU: New York

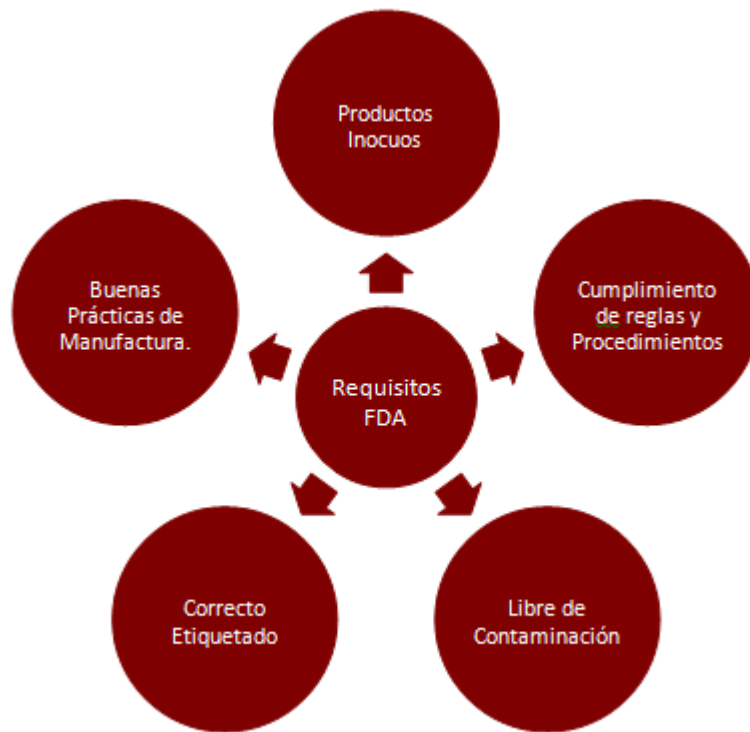
#### **Cuando la mercadería ya llevo al puerto:**

Si el exportador no adjunta lo documentos de exportación la notificación previa, la mercadería no ingresa al país de Estados Unidos.

Todos aquellos productos que ingresan generalmente al país de Estados Unidos, son inspeccionados al arribo al puerto, siendo validados por el ente regulador FDA, quien puede solicitar un examen físico, un examen en el muelle o un examen de muestra.

Cuando se detecta una violación a la ley de la FDA, esta emite una Nota de Detención y Audiencia al servicio de aduanas de EE.UU y al importador, dando inicio a un proceso, en el cual el importador o su representante deben presentar evidencia que el producto cumple con los requisitos con el propósito de obtener la Nota de Liberación.

Los requisitos principales según el FDA, son los siguientes:



**Figura 31:** Requisitos FDA.

**Fuente:** FDA.

### **Etiquetado.**

Todos los alimentos que son comercializados en Estados Unidos, deberá llevar un rotulo que cumpla con la normativa que se encuentra en el Código de Regulaciones Federales, 21 CFR 101.

La información del etiquetado que exige la FDA para los productos alimenticios es la siguiente:

- Nombre de la marca.
- Nombre científico.
- Fecha de expiración.
- Peso neto y peso bruto.

- Número de Registro sanitario.
- Condiciones de almacenamiento.
- Nombre de la empresa que lo produce.
- Datos de la empresa que exporta.
- Debe decir para uso alimentario o para uso cosmético (en este caso para la industria alimentaria)
- País en el cual es producido.

### **Ley contra el Bioterrorismo**

La Public Health Security and Bioterrorism Preparedness and Response Act of 2002 (Ley contra el Bioterrorismo) tiene por objeto reforzar la seguridad en los Estados Unidos frente a la amenaza de bioterrorismo.

Este considera una serie de etapas:

- ✓ Registro de instalaciones alimenticias.
- ✓ Notificación previa de alimentos importados.
- ✓ Detención administrativa.
- ✓ Norma final de establecimiento y mantenimiento de registro.

### **Documentación:**

Los requisitos solicitados por Estados Unidos para países que pertenecen a acuerdos comerciales, deberán presentar los siguientes:

- ✓ Facturas comercial: Presenta información del exportador y del importador, la fecha, la descripción completa de la mercadería, el origen y el valor FOB. Si se conoce, se debe incluir el número de contenedor.
- ✓ Certificado de origen: Duplicado de la Cámara de comercio del país de origen para los países con preferencias arancelarias.

Lista de empaque (Packing List): describe la mercadería, la cantidad, el peso, y los datos del importador/exportador.

#### **D. Aspectos de calidad y trazabilidad y certificaciones.**

##### **Aspectos de Calidad**

En la actualidad, el país de Estados Unidos no tiene requisitos mínimos físicos, químicos, microbiológicos ni sensoriales obligatorios para el ingreso del producto a EE.U. Los requisitos con los que cuente el producto deberán estar basados en lo que está indicado en el contrato y lo que fue acordado por las partes.

##### **Requisitos microbiológicos**

La verificación de su cumplimiento está a cargo de los organismos competentes en vigilancia sanitaria de alimentos y bebidas a nivel nacional.

Dichos criterios promulgados según Resolución Ministerial N° 591-2008-SA/DM del

Ministerio de Salud.

##### **Buenas prácticas de manufactura:**

Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM por sus siglas en español o GMP por sus siglas en inglés de “Good Manufacturing Practices” establecen condiciones básicas y actividades necesarias para mantener un ambiente higiénico durante el proceso de producción, manipulación y provisión, con el fin de preparar alimentos inocuos para el consumo humano.

La FDA exige que toda empresa que desee comercializar en los Estados Unidos que sean procesadores de alimentos cumplan con dichas condiciones.

El Código de Regulaciones Federales de EE.UU establece las disposiciones para la implementación de las BPM que incluye entre otros:

- Personal
- Instalaciones
- Equipos
- Producción y procesos de control
- Almacenaje y distribución

### **Aspectos de Trazabilidad:**

La trazabilidad consiste en el ciclo de vida del producto, es decir el seguimiento constante en cada fase del proceso desde la compra de los insumos hasta el punto de venta en el lugar de destino.

En el caso el importador lo solicite la empresa que se encarga de la producción deberá entregar un certificado de trazabilidad que será sellado por una empresa externa que garantice un sistema de trazabilidad.

El Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC o **HACCP**, por sus siglas en inglés) es un proceso sistemático preventivo para garantizar la inocuidad alimentaria, de forma lógica y objetiva, constituyen una firme base para garantizar la higiene de los alimentos, haciendo hincapié en los controles esenciales en cada fase de la cadena alimentaria y recomendando la aplicación del sistema de análisis de riesgos y de los puntos críticos de control (HACCP) siempre que sea posible para potenciar la inocuidad de los alimentos. Los Principios Generales de Higiene de los Alimentos del Codex Alimentarius

Características:

- Permite determinar riesgos concretos y adoptar medidas preventivas para evitarlos.

- Es un sistema de gestión de la inocuidad de los alimentos basado en el control de los puntos críticos en la manipulación de los alimentos para prevenir problemas al respecto.
- Propicia un uso más eficaz de los recursos y una respuesta más oportuna.
- Facilita la inspección por parte de las autoridades encargadas de regular el control de los alimentos y favorece el comercio internacional al aumentar la confianza de los compradores en la inocuidad de los alimentos.

La empresa ALIMENTOS D EEXPORTACIÓN S.A.C., cuenta con certificaciones BPM y HACCP, lo cual nos asegura un proceso confiable y de calidad.

#### **E. Determinación de operadores logísticos a intervenir.**

Los operadores logísticos son los encargados de realizar la Distribución Física Internacional (DFI) de una compañía. En una exportación, incluye el transporte, los trámites aduaneros, la llegada al puerto, el embarque a la naviera y el traslado al extranjero.

Para la selección de operadores logísticos se solicita cotizaciones a tres empresas, para luego realizar una ponderación adecuada para determinar cuál es el que lo conviene a la empresa, que es la siguiente:

**Tabla 70:** Criterios de selección para operadores logísticos.

Criterios	Operadores Logísticos						
	%	Peru Container Line	Puntaje	Rush Logistics	Puntaje	Transmares	Puntaje
Eficiencia en el servicio	20%	3	0.6	2	0.4	3	0.6
Costos Logísticos	15%	3	0.45	3	0.45	2	0.3
Experiencia	15%	3	0.45	2	0.3	2	0.3
Atención al cliente	15%	3	0.45	3	0.45	2	0.3
Impacto en la estrategia logística para la empresa	15%	3	0.45	2	0.3	2	0.3
Seguimiento de carga	10%	3	0.3	3	0.3	2	0.2
Descuento de Flete	10%	3	0.3	2	0.2	2	0.2
Totales	100 %		3		2.4		2.2

**Fuente:** Peru Container, Rush, Transmares.

**Elaboración:** Propia.

Los operadores logísticos a intervenir en la exportación en los siguientes aspectos:

- Transporte local: transporte del almacén de la empresa al terminal marítimo del Callao.
- Almacenaje: El ingreso de la mercadería al terminal marítimo para que sea inspeccionada antes de que se realice el levante de la mercadería.
- Agente de aduanas: Es el personal encargado de realizar todos los trámites de exportación para que la mercadería salga del puerto.

- Agente de carga: Es la empresa encargada de brindarnos fletes competitivos para la exportación, en caso el cliente solicite otro Incoterm.

Para una buena determinación de decisión se tomó en cuenta la siguiente referencia, tanto como para el transporte interno como para la agencia de aduana.

- Cantidad de años en el mercado
- Precio
- Clientes
- Certificaciones
- Incidencias en aduana

De acuerdo a la ponderación realizada, el agente seleccionado sería Peru Container Line E.I.R.L. que es una empresa 100% peruana dedicada a la logística internacional integral, la empresa fue constituida en Junio del año 2001.

Además cuenta con certificaciones del Ministerio de Transporte y Comunicaciones, para cargar aéreas, marítimas y terrestres.

Cuenta con la certificación BASC que promueve la implementación del Sistema de

Gestión en Control y Seguridad (SGCS) BASC, mediante la aplicación de la Norma y Estándares BASC, como un programa de autogestión basado en principios de mejores prácticas y mejora continua en beneficio de la seguridad del comercio internacional.

Una vez elegido el agente de carga, se deberá realizar una determinar los principales medios de transporte que existen en la actualidad para poder transportar de una forma eficaz y eficiente los productos comercializados por Imagine Latin Fruit S.A.C. (Véase tabla N°70)

Evaluación de principales medios de transporte internacional:



**Tabla 71:** Medios de transporte.

<b>Criterios</b>	<b>Aéreo</b>	<b>Marítimo</b>	<b>Terrestre</b>
Precio Flete	Más Caro	Barato	Más barato
Disponibilidad	Mayor cobertura geográfica	De acuerdo a la infraestructura portuaria.	Mayor posibilidad de negociar (horarios, precios...)
Restricciones de carga	Por tipo de carga y capacidad	Gran variedad de carga,	Por tipo de mercancía
		envíos de grandes capacidades (líquidos, granes y contenedores)	
Tiempo Transito	Más Rápido	En función al buque	Restricciones de Trafico
		y tipo de servicios	

**Elaboración:** propia.

Una vez detallados los medios de transporte se debe ponderar para determinar aquel que sea más conveniente.

**Tabla 72:** Elección de medios de transporte.

<b>Criterios</b>	<b>Peso %</b>	<b>Marítimo</b>		<b>Aéreo</b>	
		<b>Calif.</b>	<b>Ponde.</b>	<b>Calif.</b>	<b>Ponde.</b>
<b>Tiempo de Tránsito</b>	0.35	3	1.05	3	1.05
<b>Capacidad</b>	0.25	3	0.75	1	0.25
<b>Costo de Flete</b>	0.25	3	0.75	1	0.25
<b>Seguridad</b>	0.15	2	0.3	3	0.45
<b>Total</b>	1		2.85		2

**Elaboración:** Propia.

Luego de realizar los análisis previos, se determina que por el peso, el costo se realizará el transporte por medio marítimo. F. Elección de la cadena logística:



**Figura 32:** Elección de la cadena logística internacional.

**Elaboración:** propia.

En la Figura N°32 se puede observar que la empresa en este caso Imagine Latin Fruit SAC al vender en términos FOB se encargará de llevar ante la aduana los productos previamente empacados y embalados, para que pasen el control respectivo y sea puesto sobre el buque, es aquí donde terminan las responsabilidades de la empresa, por lo que el importador deberá encargarse de todo el procedimiento hasta que la carga sea transportada a su almacén.

#### **F. Técnicas de cuantificación de demora.**

Un factor a considerar bastante importante es el tiempo del proceso del pedido que deberá considerar un tiempo de 10 a 15 días.

**Tabla 73:** Técnicas de cuantificación de demora.

<b>Plan de Logística Internacional</b>	<b>Tiempo (Días)/ Horas</b>
Compra de Insumos	4 días
Elaboración del Producto	3 días
Empaque	1 día
Embalaje	12 horas
Unitarización de Pallets	4 horas
Manipuleo Local exportador	3 horas
Transporte Terminal Marítimo	1 horas
Aduanas	6 horas

**Elaboración:** propia.

En cuanto al transporte marítimo la demora de la salida de las naves desde el puerto del Callao al puerto de New York las naves zarpan cada 8 días, y demoran un tiempo aproximado entre 10 y 15 días, según la naviera. Por último, se debe tener en cuenta que al ser primera exportación de la empresa, de todas maneras estará sujeto a canal rojo, por lo que se deberá considerar el tiempo de aforo físico, tiempo promedio de 1 a 2 días

## **5. PLAN DE COMERCIO EXTERIOR**

### **5.1 Fijación de precios**

La empresa Imagine Latin Fruit S.A.C. ha determinado su precio de venta en base a dos métodos.

El primer método utilizado es basado en la competencia, en donde se evalúa cuál es el precio promedio de venta que ofrece las empresas competidoras por el producto y conociendo cuál es el precio de la competencia se utiliza el método en base a costos donde se determina el costo unitario al cual se le adiciona un margen de ganancia para obtener un precio acorde a la competencia.

La empresa fijará el precio de venta una vez hallado el costo unitario de cada unidad de mermelada, al cual se calculará un margen de ganancia que le permita obtener un precio competitivo para la empresa y que esté de acuerdo al precio de la competencia.

Para determinar el precio de venta también se tomará en cuenta el Incoterms que se use, la cantidad que solicite, precios de la competencia, entre otros.

#### **5.1.1 costos y precios**

Es muy importante determinar en qué Incoterms se vende el producto, ya que depende de ello sumarle mayores costos logísticos, si la responsabilidad es mayor, es decir, el Incoterm va determinar los riesgos y responsabilidades para ambas partes.

**Tabla 74:** Principales precios a nivel mundial de la partida 200799

Importadores	2012	2013	2014	2015	2016
	Valor unitario importada, Dólar Americano/Toneladas	Valor unitario importada, Dólar Americano/Toneladas	Valor unitario importada, Dólar Americano/Toneladas	Valor unitario importada, Dólar Americano/Toneladas	Valor unitario importada, Dólar Americano/Toneladas
Mundo	1942	2007	2007	1891	
Estados Unidos de América	1926	1964	1910	1707	1692
Alemania	2344	2499	2589	2129	2051
Francia	1995	2168	2171	1853	1904
Reino Unido	2822	2970	3113	2684	2493
Países Bajos	2361	2210	2333	2289	1977
Canadá	2115	2250	2575	2508	2337
Italia	2669	2523	2567	2465	2509

**Fuente:** Trademap**Elaboracion:** Propia

En la tabla N° 74, se aprecian los precios por tonelada de la partida analizada en donde figuran los principales mercados importadores en los últimos 5 años a nivel mundial.

**Tabla 75:** Principales precios de las exportaciones peruanas de la partida 2007999100 (Precio por kilogramos en dólares americanos)

Importadores	2012	2013	2014	2015	2016
	Valor unitario, Dólar Americano/Kilogramos	Valor unitario, Dólar Americano/Kilogramos	Valor unitario, Dólar Americano/Kilogramos	Valor unitario, Dólar Americano/Kilogramos	Valor unitario, Dólar Americano/Kilogramos
Estados Unidos de América	1,03	0,88	0,98	0,94	0,93

**Fuente:** Elaboración propia en base a Trademap

**Tabla 76:** Principales precios de empresas peruanas que exportan en la partida 2007999100 hacia New York. (Precio por unidad en dólares americanos)

Razón Social	Descripción Comercial 1	precio
WORLD ARTS EXPORT E.I.R.L.	FRASCOS MERMELADA FANNY	2.15
AGROINDUSTRIAS HUAYLLACAN S.A.C..	MERMELADA DE AGUAYMANTO	2.17
AGROINDUSTRIAS HUAYLLACAN S.A.C..	MERMELADA DE SAUCO	2.19
PRODUCTOS EXTRAGEL Y UNIVERSAL S.A.C.	MERMELADA SABOR FRESA EN VASO 320G	2.15
ECOANDINO S.A.C.	MERMELADA ORGANICA DE AGUAYMANTO CON AGAVE	2.1
GERALD & CAMILA EXPORT E.I.R.L.	MERMELADA DE FRESA	2.16
PRODUCTOS EXTRAGEL Y UNIVERSAL S.A.C.	MERMELADA DE FRESA VASO	2.18
IMPORTADORA Y EXPORTADORA DOÑA ISABEL E. I.R.L	MERMELADA DE FRESA "INCA'S FOOD" 12 X 18 OZ	2.14
ECOANDINO S.A.C.	MERMELADA ORGANICA DE AGUAYMANTO CON AGAVE	2.19

**Fuente:** Elaboración propia en base al ADEX DATA TRADE

### Determinación de precio

#### Costos directos:

**Tabla 77:** Costo de producto tercerizado (Expresado en dólares)

Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo por Envío	Costo anual
Costo de producto tercerizado (Pomarrosa con estevia)	0.31	5,040.00	1,550.77	12,406.15
Materia Prima Pomarrosa	0.28	1,323.00	366.37	2,930.95
Materia Prima de estevia	3.08	105.84	325.66	2,605.29
Transporte de materia prima de pomarrosa	0.15	1,260.00	193.85	1,550.77
Transporte de materia prima de estevia	0.77	100.80	77.54	620.31
Transporte del maquilador hacia almacén	0.06	2,043.40	125.75	1,005.98
<b>Total insumos en productos</b>	<b>4.65</b>		<b>2,639.93</b>	<b>21,119.46</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 78:** Costos de exportación

Descripción	Costo unitario	Costo por Envío	Costo anual
Seguro de carga	\$30.77	30.77	246.15
Transporte del almacén hacia puerto	36.92	36.92	295.38
Certificado de origen	15.38	15.38	123.08
Derechos de embarque	36.92	36.92	295.38
Transmisión electrónica	18.46	18.46	147.69
Trámite documentario	24.62	24.62	196.92
Gasto administrativo	8.62	8.62	68.92
V°B - Agentes portuarios	76.92	76.92	615.38
Agenciamiento de Aduanas	52.31	52.31	418.46
Gastos Operativos	36.92	36.92	295.38
Aforo físico	64.62	64.62	516.92
Gastos de Almacén	76.92	76.92	615.38
Carta de Crédito	80.00	80.00	640.00
<b>Total</b>		<b>559.38</b>	<b>4475.08</b>

**Fuente:** Elaboración propia

#### Costos indirectos:

**Tabla 79:**Gasto de personal (Expresado en dólares).

Descripción	N° de empleados	Sueldo	Pago mensual	Pago anual	Vacaciones	Sub total	ESSALUD 9%	Total anual
Gerente General	1	1,077	1,077	12,385	538	12,923	1,163	14,086
Asistente de logística	1	369	369	4,246	185	4,431	399	4,830
Asistente Comercial	1	369	369	4,246	185	4,431	399	4,830
Asistente de finanzas	1	369	369	4,246	185	4,431	399	4,830
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>							<b>28,575</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 80:** Gastos fijos (expresado en dólares)

Descripción	Mensual	Anual
Pago de alquiler de local 100 M 2	369.23	4,430.77
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	107.69	1,292.31
<b>Total Gastos fijos</b>	<b>476.92</b>	<b>5723.08</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 81:** Gastos de administrativos (Expresado en dólares).

Materiales de oficina	Costo unitario	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Hojas bond	4.92	1	4.92	9.85
Folder de palanca	1.69	10	16.92	33.85
Lapiceros	0.25	10	2.46	14.77
Lapices	0.15	10	1.54	9.23
Perforador	1.69	5	8.46	16.92
Engrampador	2.15	5	10.77	21.54
Hojas membretadas	0.23	300	68.31	136.62
Control de calidad	92.31	1	92.31	738.46
Asesor Contable	76.92	1	76.92	923.08
<b>Total gastos administrativos</b>			<b>282.62</b>	<b>1904.31</b>

**Fuente:** Elaboración propia**Tabla 82:** Gastos de ventas (Expresado en dólares).

Descripción	Total
Página web	184.62
Espacio en la feria (Stand)	3076.92
Decoración del Stand	1076.92
Pasaje Áereo	1838.77
Hospedaje	123.08
Movilidad	61.54
Alimentacion	46.15
Merchandansing (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	1846.15
<b>Gasto de venta total</b>	<b>8254.15</b>

**Fuente:** Elaboración propia en base a Promperú**Elaboración:** Propia**Tabla 83:** Costos Fijos (Expresado en dólares)

Gastos de personal	28,575
Materiales indirectos	471
Gastos fijos	5,723
Gastos administrativos	1,904
Gasto de ventas	8,254
<b>Costo fijo Total</b>	<b>44,927.08</b>

**Fuente:** Elaboración propia



En la tabla N° 83 se observa los costos fijos en el que va incurrir la empresa. Los costos fijos son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, comercialice o no comercialice debe pagarlos. Los costos fijos de la empresa está constituido por gastos de personal, materiales indirectos, gastos fijos, gastos administrativos, gastos financieros y gastos de ventas lo que hacen un total de \$ 44,927 para el primer año.

**Tabla 84:** Costos variables (Expresado en dólares)

Costo de producto tercerizado	21,119.46
Costo de exportación	4,475.08
<b>Costo variable total</b>	<b>25,594.54</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 85:** Costos Totales (Expresado en dólares)

<b>Costo Fijo</b>	<b>Costo variable</b>	<b>Costo Total</b>
44,927	25,595	70,522

**Fuente:** Elaboración propia.

En la tabla N° 85 se observa el costo total en el que va incurrir la empresa. El costo total de la empresa está constituido por la suma del costo fijo y costo variable que hacen un total de \$70,522 para el primer año.

**Tabla 86:** Estructura de precio (Expresado en dólares).

CVU	0.63
CFU	1.11
<b>Costo unitario</b>	<b>1.75</b>
Margen de ganancia	20%
<b>Valor de venta</b>	<b>2.19</b>
<b>IGV</b>	<b>0.00</b>
<b>Precio de venta FOB</b>	<b>2.19</b>
Punto de equilibrio ( En cantidad)	28,957
<b>Punto de equilibrio ( En dinero)</b>	<b>63,308.37</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

### 5.1.2 Precios y cotización

Para el presente Plan de Negocios de exportación de mermelada de pomarrosa a New York – Estados Unidos se utiliza el Incoterm FOB, donde nuestra obligación termina cuando la carga está dentro del buque. Los pasos para llegar a este punto se detallan a continuación:

1. Identificar al cliente potencial a través de la búsqueda por internet de las empresas que distribuyen y comercializan productos similares al nuestro. Así mismo; se solicita información en la Cámara de Comercio Americana del Perú (AMCHAM). Con la información recibida, buscamos en cada una de las páginas web de los posibles clientes los productos que comercializan y las zonas de distribución a la cual se dirigen para escoger la que más nos conviene.
2. Contactar con el cliente potencial, a través del envío de un correo electrónico a con los detalles de la empresa del tipo de producto que ofrecemos y en caso que estén interesados enviarles muestras.
3. Negociar las formas de pago y de envío, plazos de entrega e Incoterm con el importador. Generalmente, optamos por realizar el envío vía marítima utilizando el Incoterm FOB y teniendo como medio de pago carta de crédito irrevocable, confirmada y a la vista.
4. Finalmente, se envía cotización al cliente para revisión y aprobación, en caso solicite una muestra se procede con el envío.

## **5.2 Contrato de exportaciones**

### **5.2.1 Contrato de compra venta internacional.**

El contrato de compra venta internacional de la mermelada de pomarrosa endulzado con estevia es un acuerdo de voluntades acordado entre las partes domiciliadas en Estados Unidos y Perú, a través del cual se transmite la posesión de mercancías que se transportarán a otro territorio a cambio del pago de un precio.

### **5.2.2 Negociación de condiciones de compra venta.**

La empresa establece un contrato de negociación con ciertas condiciones de compra y venta como por ejemplo, el transporte, seguro, entrega, términos de pago e Incoterm para determinar los riesgos y responsabilidades tanto del exportador como importador. Por otro lado, es importante que la negociación internacional se formalice preferiblemente por escrito y con los endoses respectivos de ambas partes para que entre en vigor la ejecución del contrato suscrito.

Al momento de negociar y para lograr fortalecer la confianza del comprador a través de tiempo, se debe tener en cuenta la cultura estadounidense (tradiciones y costumbres); porque esto influye y es la clave en una negociación exitosa.

- La puntualidad es importante al momento de negociar en los Estados Unidos.
- la primera reunión es fundamental para dar imagen de seriedad, confianza y credibilidad de la empresa.
- Se debe evitar hablar de temas políticos, religiosos, de sexo, de razas y de la apariencia de las personas.
- Se debe tener especial cuidado en evitar críticas hacia las personas o costumbres del país.
- Temas apropiados para una conversación son por ejemplo los deportes, viajes, comidas, literatura o cine.

- Si bien no se espera que el empresario entregue algún regalo, sí puede hacerlo. Algo bien recibido es algo propio de su país.
- La formalidad y el buen gusto son muy valorados en el mundo de los negocios norteamericano, por lo que el uso de terno y corbata es lo más aconsejable para los hombres.
- Para las mujeres también resultaría vestir con un traje de carácter conservador.
- Para el empresario estadounidense si el negocio no les parece interesante, lo dirán abiertamente y terminarán con la reunión lo antes posible. Además se debe considerar que esto último no obedece a una descortesía sino sencillamente a que ellos valoran el tiempo, tanto el de ellos como el de la contraparte.

Fuente: SIICEX.

### **5.2.3 Elaboración de contratos adecuados al plan de negocios.**

El contrato de compra - venta internacional se encuentra normado por la convención de las Naciones Unidas, siendo aprobada y suscrita en Viena el 11 de abril de 1980. En la elaboración del contrato, se determina los derechos y obligaciones de ambas partes relacionado a un determinado bien.

Para su elaboración, fijaremos los derechos y obligaciones para ambas partes, referente a un determinado bien. Previamente a este paso, la cotización ya ha sido aprobada por el importador y es en base a esta que se desarrolla el contrato.

#### **Contrato de compra – venta de productos y/o servicios**

Conste por el presente documento, el Contrato de Compra Venta que celebran de una parte Imagine Latin Fruit SAC, empresa constituida bajo las leyes del Perú, inscrita en la ficha 000506 en el Registro de Empresas, señalando domicilio para efectos del presente contrato en Av. Tulipanes Nro 1502, distrito de Chorrillos debidamente representada por el señor Rony Alexis Sánchez López, identificado con DNI 44647943 (a quien en adelante se le denominará “**El Vendedor**”); y, de la otra parte, Merex Corp, señalando domicilio para efectos del presente contrato en New York. As of 1/15/1998,, EE. UU. Debidamente

representado por el señor Rikin Gosar, identificado con el Permanent Resident Card INS A #058-249-800, según poder inscrito en EE.UU. (a quien en adelante se le denominará "El Comprador"), en los términos y condiciones siguientes:

#### **ANTECEDENTES:**

**1.1** Imagine Latin Fruit SAC es una sociedad constituida por escritura pública de fecha 01 de Abril de 2016 extendida ante el Notario Público de Lima Dr. Luis Prado, cuyo objeto social es de legalizar.

**1.2** Merex Corp es una sociedad constituida por escritura pública de fecha 15 de Setiembre de 1862, otorgada por el Notario Público, cuyo objeto social es de legalizar.

#### **PRIMERA: (OBJETO DEL CONTRATO)**

Teniendo en consideración las actividades que cada una de las partes realiza, éstas dejan constancia por el presente documento, que consienten en celebrar un Contrato de Compra-Venta, las cuales deberán cumplir con las siguientes condiciones:

- **Mercadería** : Mermelada de pomarrosa endulzada con estevia en envases e vidrio de 260 gramos.
- **Presentación** : Será presentado en una caja de cartón corrugado (debidamente rotulado) con un contenido de 40 envases. Pallet envuelto con stretch film.
- **Cantidad** : 5040 envases de vidrio dentro de 126 cajas de cartón.

"El Comprador" se compromete a pagar la mercancía enviada una vez recibida en el lugar designado por ambas partes.

"El Vendedor" se compromete a enviar la mercancía señalada en el Anexo 1 al lugar determinado por ambas partes en el plazo indicado por "El Comprador".

## **SEGUNDA: (OBLIGACIONES DEL VENDEDOR)**

Son obligaciones de **“El Vendedor”**:

1. **“El Vendedor”** se compromete a transportar y entregar la mercancía en el lugar y plazo determinado, previo acuerdo y en las condiciones requeridas por **“El Comprador”**.
2. **“El Vendedor”** debe dar a **“El Comprador”** aviso suficiente de que la mercancía ha sido entregada.
3. **“El Vendedor”** debe pagar los gastos de aquellas operaciones de verificación, comprobar la calidad de la mercancía, medida, peso y recuento.
4. **“El Vendedor”** debe proporcionar el embalaje requerido para el transporte de la mercancía, en la medida en que las circunstancias relativas al transporte sean dadas a conocer a **“El Vendedor”** antes de la conclusión del contrato de compraventa. El embalaje ha de ser marcado adecuadamente.
5. **“El Vendedor”** debe prestar a **“El Comprador”**, con riesgo de éste último la ayuda precisa para obtener cualquier documento o mensaje electrónico equivalente emitido en el país de expedición y/o de origen que **“El Comprador”** pueda requerir para la importación de la mercancía y, si es necesario, para su tránsito en cualquier país.
6. **“El Vendedor”** debe proporcionar, a pedido de **“El Comprador”**, la información necesaria para obtener un seguro.

## **TERCERA: (OBLIGACIONES DE EL COMPRADOR)**

1. **“El Comprador”** debe pagar el precio según lo dispuesto en la Cláusula Quinta del presente contrato.
2. **“El Comprador”** debe obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de importación o autorización oficial y realizar, si es necesario, todos los trámites aduaneros, para la importación de la mercancía y, si es necesario, para tránsito de cualquier otro país.

3. **“El Comprador”** deberá pagar todos los gastos relativos a la mercancía desde el momento en que haya recibido la carga, así como de cualquier otro gasto adicional en que haya incurrido.
4. **“El Comprador”** debe pagar los gastos previos al embarque de la mercancía, excepto cuando la inspección sea ordenada por las autoridades del país de exportación.
5. **“El Comprador”** debe cubrir todos los gastos que haya incurrido en obtener los documentos y/o mensajes electrónicos que confirmen la entrega de la mercancía, así como rembolsar aquellos gastos incurridos por **“El Vendedor”** al prestar su ayuda al respecto.

#### **CUARTA: (TRASPASO DE RIESGO Y DE LA PROPIEDAD)**

La modalidad de entrega en el presente contrato será a través del **FOB (Free on Board)**, donde **“El Vendedor”** realiza la entrega cuando la mercancía se encuentra a bordo del buque en el puerto de embarque convenido. Eso significa que, **“El Comprador”** debe soportar todos los costes y riesgo de pérdida o daño de la mercancía desde aquel punto.

**“El Vendedor”** debe entregar la mercancía a bordo del buque designado por **“El Comprador”** en la fecha o dentro del plazo acordado, en el puerto de embarque convenido.

**“El Vendedor”** debe soportar los riesgos de pérdida o daño de la mercancía hasta el momento en que esté a bordo del buque en el puerto de embarque convenido.

**“El Comprador”** debe soportar todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde el momento en que esté a bordo del buque en el puerto de embarque convenido.

**“El Comprador”** debe contratar el transporte de las mercancías desde el puerto de embarque convenido.

#### **QUINTA: (PRECIO Y MODALIDAD DE PAGO)**

Como resultado de la valorización de la mercancía, el precio pactado por las partes es de US\$ 11,019.40 el cual será cancelado por **“El Comprador”** al contado una vez recibida la mercancía en correcto estado para su adecuado uso y/o distribución. Para ello, **“El Comprador”**, deberá confirmar a **“El Vendedor”** la llegada de la mercancía en el buque y punto de carga acordado por ambas partes.

Por tal hecho, **“El Comprador”** deberá otorgar a **“El Vendedor”** una carta de crédito a fin de garantizar el compromiso de pago en plazo acordado. Dicha carta de crédito será por un monto de 11,019.40 (Doce mil cuatrocientos ochenta y cinco dólares americanos), de carácter irrevocable y con un plazo de vigencia de 2 meses, realizada por el Banco Financiero del Perú. El monto de la carta de crédito incluye intereses compensatorios a una Tasa Efectiva Mensual de 20.00 %.

En caso que el precio no sea pagado dentro del plazo acordado por las partes, se ejecutará automáticamente la carta de crédito por parte de **“El Vendedor”**, a fin de garantizar el pago de la mercancía vendida y embarcada al punto de embarque determinado por **“El Comprador”**.

Ambas partes dejan expresa constancia que el precio pactado por la adquisición de la mercancía materia del presente contrato equivale al valor de las mismas, renunciando en forma irrevocable al ejercicio de cualquier acción o pretensión que tenga por objeto cuestionar dicho precio.

#### **SEXTA: MARCAS REGISTRADAS, SECRETO PROFESIONAL Y PROPIEDAD INDUSTRIAL DE EL VENDEDOR**

**“El Comprador”** no utilizará las marcas comerciales, los nombres registrados ni violará el secreto profesional de **“El Vendedor”** con fines de lucro sin autorización previa de **“El Vendedor”**



“**El Comprador**” se compromete a no registrar ni solicitar el registro de ningún nombre, marca comercial o símbolos de “**El Vendedor**” (o de otros similares que induzcan a confusión con los de “**El Vendedor**”) en el territorio de llegada de la mercancía o en cualquier otro lugar.

#### **SÉPTIMA: CONDICIÓN RESOLUTORIA**

El presente contrato quedará resuelto sin responsabilidad alguna para las partes si, con anterioridad a la fecha de entrega de la mercadería acordada en el presente Contrato, tanto “**El Vendedor**” como “**El Comprador**” no han obtenido las debidas autorizaciones, licencias de exportación e importación y trámites aduaneros correspondientes de la mercancía por parte de sus representantes legales. En caso de producirse la presente condición resolutoria, “**El Vendedor**” procederá a la restitución de todas las cantidades entregadas por “**El Comprador**” en virtud del presente contrato.

En señal de conformidad, los representantes legales de la partes debidamente autorizados de acuerdo a lo señalado en la parte introductoria suscriben el presente contrato que se emite por duplicado y en los idiomas que correspondan tanto a “**El Comprador**” como “**El Vendedor**”.

#### **OCTAVA: ARBITRAJE**

Toda controversia o desacuerdo entre las partes que se derive de la interpretación o ejecución del presente acuerdo, serán sometidos a la decisión inapelable de un Tribunal Arbitral compuesto por tres miembros, uno de los cuales será nombrado por cada una de las partes y el tercero será designado por los árbitros así nombrados. Si no existiera acuerdo sobre la designación de este tercer árbitro o si cualquiera de las partes no designase al suyo dentro de los diez días de ser requerida por la otra parte, el nombramiento correspondiente será efectuado por la Cámara de Comercio de Lima.

El arbitraje será de derecho y se sujetará a las normas de procedimiento establecidas por el Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Lima.

Cualquier divergencia derivada o relacionada con el presente contrato se resolverá definitivamente con el Reglamento de Conciliación y Arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional por uno o más árbitros nombrados conforme a este reglamento.

Toda cuestión relacionada con el presente Contrato que no esté expresada o tácitamente establecida por las disposiciones de este Contrato, se regirá por los principios legales generales reconocidos en Comercio Internacional, con exclusión de las leyes nacionales

Firmado en Lima, a los 20 días del mes de Diciembre del 2017.

.....  
EL VENDEDOR

.....  
EL COMPRADOR

### **5.3 Elección y aplicación de INCOTERM®**

El contrato de compra-venta internacional es a través del incoterm FOB (Free on board), el cual obliga y vincula a ambas partes contratantes las obligaciones y responsabilidades de cada uno sin dejar a potestad de los intervinientes el criterio de la interpretación y significado del término utilizado para facilitar el cumplimiento de las reglas internacionales propias del incoterm seleccionado.

Imagine Latin Fruit S.A.C, exporta la mermelada de pomarrosa endulzada con estevia en términos FOB. Comprende la mercadería puesta a bordo del buque designado por parte de la compradora y sobre la cubierta del buque con todos los gastos, derechos y riesgos a

cargo y a cuenta del vendedor hasta el momento que la mercancía se encuentre a bordo del buque (flete excluido). Por el lado del vendedor, este cumple con su obligación de entrega de la carga cuando ésta se ha cargado en el buque indicado del puerto convenido.

**A. Obligaciones, costos y riesgos asumidos por el vendedor (empresa Imagine Latin Fruit SAC):**

- Proporcionar la mercadería y factura comercial de acuerdo al contrato de compra venta internacional.
- Licencias, permisos, autorizaciones, acreditaciones y formalidades para la exportación de la mercancía.
- Entregar la mercancía a bordo del buque o en el punto de carga designado por el comprador del puerto de embarque convenido. Con esta acción se transfiere los riesgos de la mercadería al comprador.
- Asumir todos los gastos hasta la entrega de la mercancía a bordo del buque o punto de carga indicado por el comprador. Los gastos a cubrir son transporte interno, trámites aduaneros de exportación, derechos y demás gastos que se originen como resultado de la exportación.
- Notificación y aviso al comprador.

**B. Obligaciones, costos y riesgos asumidos por el comprador de EE.UU.:**

- Pagar el precio de la mercadería adquirida conforme a lo estipulado en el contrato de compraventa.
- Licencias, permisos, autorizaciones, acreditaciones y formalidades para la importación de la mercancía.
- Recepción de la mercancía a bordo del buque portador o en el punto de carga establecido.
- Asumir todos los riesgos y daños que sufra la mercadería desde el momento de la entrega de la mercancía a bordo del buque o en el punto de carga establecido por el comprador.

- Asumir todos los gastos relacionados con la mercancía, desde su entrega por el vendedor a bordo del buque o en el punto de carga establecido por el comprador.
- Notificación y aviso al vendedor. El comprador comunica con tiempo suficiente el nombre del buque o punto de carga en el puerto convenido y el momento preciso de entrega dentro del plazo acordado.
- Aceptar el documento de prueba de entrega o documento de transporte por el vendedor.

Pagar los gastos de cualquier inspección obligatoria previa al embarque, excepto que dicha inspección hubiese sido solicitada por las autoridades del país exportador.

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

### **5.4.1 Elección del medio de pago**

Seguidamente de establecer la forma del pago con el comprador, se procede a elegir el medio de pago; el cual está en función de múltiples circunstancias como la solvencia, la confianza, la experiencia, el mercado, el destinatario, el interés en la operación, costos, seguridad de cobro, ventajas e inconvenientes de las diferentes modalidades, riesgo país, entre otros.

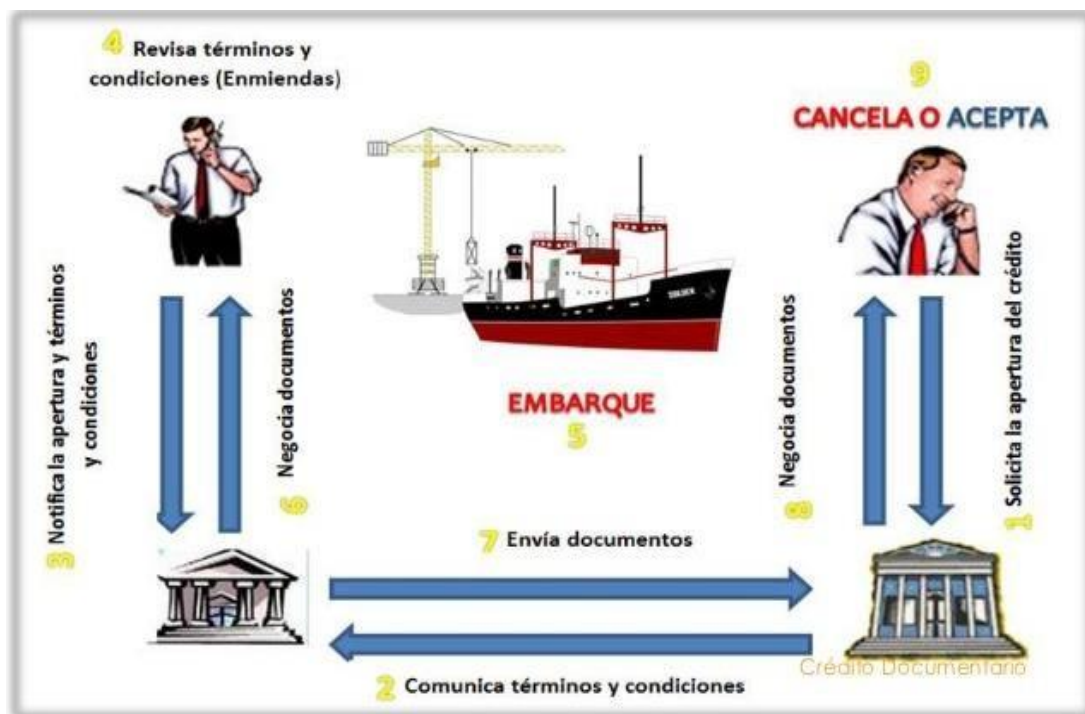
El medio de pago, es el instrumento entre los posibles, aceptado por el vendedor para realizar la operación en los términos contractuales establecidos. Creemos que el grado de confiabilidad determina la elección de una opción u otra de pago. Los dos principales riesgos son la fiabilidad del comprador (comercial) y la situación de estabilidad o crisis del país importador (político).

El crédito documentario o comúnmente conocido como carta de crédito, es un instrumento por medio del cual el banco emisor ejerciendo según las instrucciones del importador la responsabilidad de pagar al beneficiario (exportador) por intermedio otro banco (banco corresponsal) contra entrega de los documentos requeridos y que estén correctamente emitidos de acuerdo a las condiciones y términos del crédito documentario. De acuerdo a la

explicación expuesta líneas arriba, la empresa Imagine Latin Fruit SAC usa el crédito documentario como medio de pago, siendo la modalidad de la misma: irrevocable, confirmada y a la vista.

Las partes intervinientes en un crédito documentario son:

- Ordenante
- Banco emisor
- Banco corresponsal
- Beneficiario (exportador)



**Figura 33:** Diagrama de flujo del crédito documentario.

**Elaboración:** Propia.

A continuación, se expone una breve explicación de la modalidad de crédito documentario elegido de acuerdo a la publicación 400 de la Cámara de Comercio Internacional:

- Irrevocable: Sólo se puede modificar y cancelar con la aprobación conjunto del banco emisor, del banco confirmador y por el beneficiario.

- **Confirmado:** Cuando el banco avisador incorpora también su propia obligación de pago al banco emisor. Esta modalidad de crédito documentario considera una doble certificación de cobro porque un banco en el país del vendedor confirma y se responsabiliza con el banco emisor el pago.
- **A la vista:** El beneficiario cobra al contado contra la documentación recibida y confirmada por el banco confirmador.

A continuación las ventajas y desventajas para ambas partes (exportador e importador):

**Tabla 87:** Ventajas y desventajas de la carta de crédito.

	<b>EXPORTADOR (BENEFICIARIO)</b>	<b>IMPORTADOR (ORDENANTE)</b>
<b>VENTAJAS</b>	Alta seguridad de cobro en el plazo convenido.	Alta seguridad de que no pagará al beneficiario hasta contar con la certeza documental que se éste cumplió con las obligaciones.
	Mayor agilidad en el cobro comparado con otros medios de pago.	Instrumento de financiación.
	Facilidad de acceder a financiamientos de exportación.	Seguridad ante cambios de normativa monetaria y cambiaria en su país.
<b>DESVENTAJAS</b>	Comisiones y gastos bancarios más elevados.	Comisiones y gastos bancarios más elevados.
	Dificultad en la negociación con compradores externos que utilizan otros medios de pago.	Afectan el margen de crédito.
	Si el crédito documentario no es confirmado, el banco emisor puede no pagar en la fecha prevista por problemas de reembolso o transferencia.	Se puede recibir la mercancía en malas condiciones, debido a que la carta de crédito opera con documentos no con mercancía.

**Fuente:** Business & Marketing School (2011)

**Elaboración:** Propia

## 5.5 Elección del régimen de exportación:

La destinación aduanera de la mermelada de pomarrosa endulzada con estevia es la exportación definitiva porque este régimen permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacional para su consumo definitivo en el exterior (Estados Unidos) y no está afecto a ningún tributo. Además, el valor de la carga supera los USD 5000,00 por lo que se usará los servicios de una agencia de aduanas para los trámites de exportación.

Los documentos requeridos para la exportación son los siguientes:

- Factura comercial
- Documento de transporte
- Documento que acredite el mandato
- Certificado de Origen
- Otros que por la naturaleza de la mercancía se requiera (INC, PRODUCE, INRENA, DISCAMEC, etc).

De acuerdo a la revisión realizada en la página web de la SUNAT, la mermelada de pomarrosa endulzada con estevia no es mercancía prohibida ni restringida, porque no se encuentra contemplado en la relación de mercancías prohibidas y restringidas.

## 5.6. Gestión del despacho de aduana

En el trámite del régimen de exportación definitiva sigue los siguientes pasos:

1. **Numeración de la DAM:** El despachador de aduana solicita la destinación aduanera de la mercancía ante la Administración Aduanera, a través de medios electrónicos, remitiendo la información contenida en la DAM con el uso del código de régimen 40.

El agente de aduana necesita la factura comercial y la reserva de espacio del barco para poder completar la DAM.

2. **Ingreso de la mercadería a zona primaria:** El despachador de aduana ingresa la mercadería a un depósito temporal, para luego obtener la asignación del canal de control (naranja o rojo) de la DAM. El ingreso de la mercadería está acompañado de una guía de remisión del exportador y de la empresa de transporte.
3. **Transmisión de la recepción de la mercadería y asignación del Canal de Control:** Luego del ingreso de la mercadería el almacén emite un ticket por la recepción de la carga donde se indica el día, hora de ingreso, peso y cantidad de carga ingresada cuando se trata de carga suelta. Adicional registran el agente de aduana que realiza el trámite.

El agente de aduana transmite la información (numeración de la DUA, RUC del exportador, descripción genérica de la mercadería, cantidad total de bultos, peso neto, número de contenedor y precinto de corresponder) al sistema de aduanas.

La información transmitida por el depósito temporal referida a la recepción de la mercadería es revisada por el SIGAD. En el caso de ser conforme, se asigna el canal de control; el cuál puede ser naranja o rojo. Si el canal es naranja; se presenta los documentos y la carga esta aprobada para su embarque. Por otro lado, si asigna canal rojo la carga debe pasar por un reconocimiento físico.

4. **Reconocimiento Físico:** La DAM con canal rojo se presenta ante funcionario aduanero que está a cargo de realizar el reconocimiento físico, el cual se realiza en presencia del exportador y/o despachador de aduana y/o representante del depósito temporal.
5. **Control de embarque:** Las mercaderías deben ser embarcadas dentro de los 30 días calendarios contados a partir del día siguiente de la fecha de la numeración de la DAM. Siendo, los responsables del traslado y entrega de las mercancías al transportista en la zona de embarque los depósitos temporales siempre cumpliendo las formalidades aduaneras.



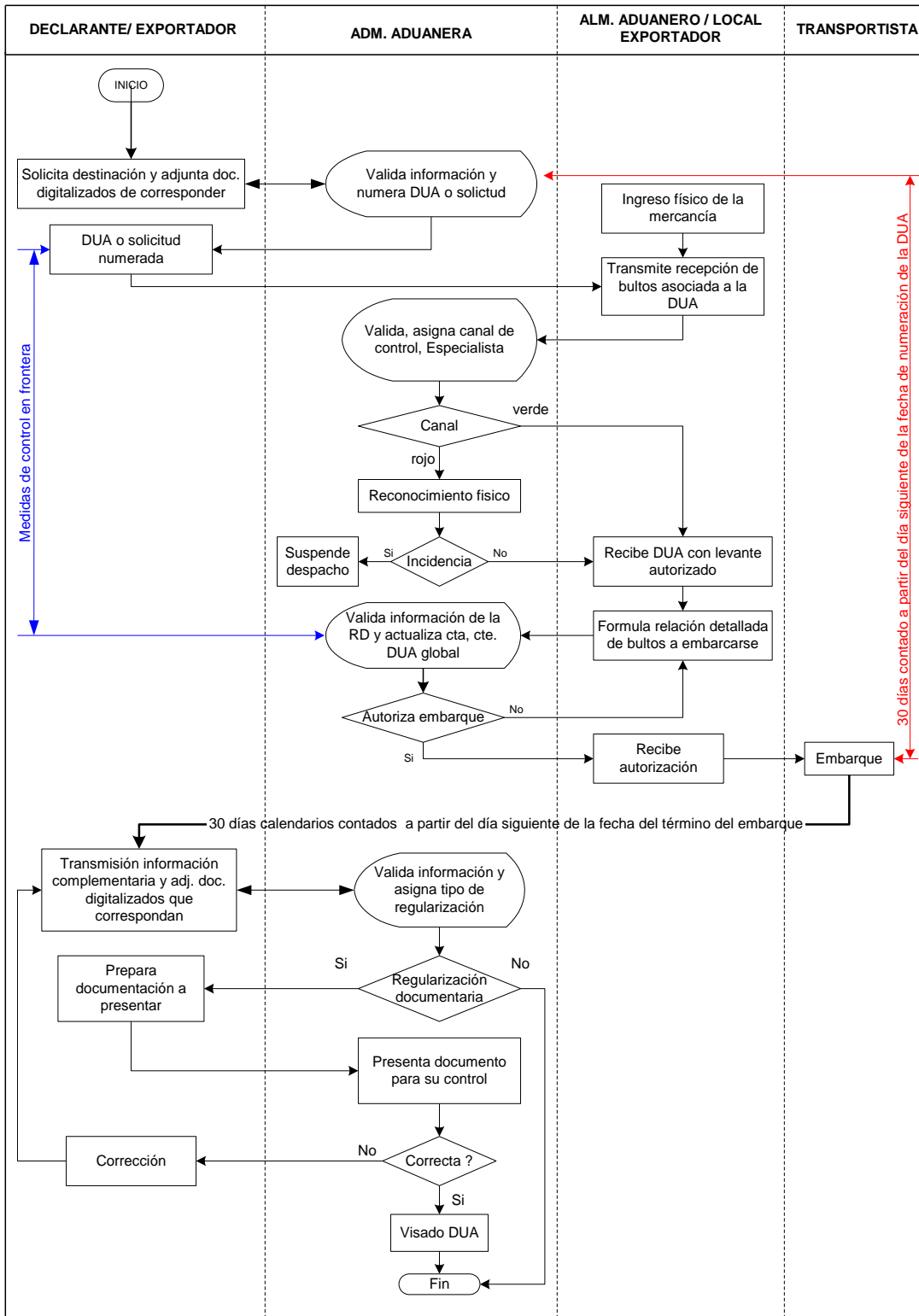
6. **Regularización:** La regularización de DAM se realiza mediante la transmisión de los documentos digitalizados que sustentan la exportación y la transmisión de la información complementaria. En aquellos casos que la autoridad aduanera lo determine se debe presentar físicamente la DAM 40 y 41 y los demás documentos que sustenten la exportación.

### 5.7. Flujograma de exportación

1. Transmisión de Datos provisionales de la DAM.
2. El SIGAD valida los siguientes datos: RUC del exportador, sub partida nacional del producto a exportar, descripción de la mercancía a exportar, país de destino final, almacén, cuando corresponda, nombre y domicilio del consignatario, autorización.
3. Si la información es conforme, el SIGAD genera automáticamente el número correspondiente de la DAM
4. Despachador de Aduana imprime la DAM.
5. La mercadería ingresa al depósito temporal. Esta actividad es un requisito previo e importante para la selección del canal de control de la DAM.
6. Concluida la recepción total de la mercancía, el almacenero elabora un registro electrónico donde se consigne la fecha y hora del ingreso total de la mercancía.
7. Se ejecuta la transmisión por vía electrónica de la información de la recepción de la mercancía. El plazo como máximo es de 2 horas computadas a partir del momento en el que el despachador de aduana presenta la DAM al almacenista.
8. El SIGAD valida la información transmitida.
9. Se asigna el canal (naranja o rojo)
10. El almacenero debe estampar el sello de admitido o ingresado en la DAM.
11. Si el canal asignado es canal rojo, el reconocimiento físico se efectúa en presencia del exportador y/o despachador de aduana y/o representante del almacén. El reconocimiento de la mercadería puede ser total o parcial de forma aleatoria.

- 12.** Las mercancías deben ser embarcadas dentro de los 30 días calendario contados a partir del día siguiente la fecha de numeración de la DAM (numerada con datos provisionales).
- 13.** La regularización de la exportación se efectúa dentro del plazo máximo de 30 días calendario computados a partir del día siguiente del término del embarque.

## PROCESO DE EXPORTACION DEFINITIVA



**Figura 34:** Flujo grama de Exportación Definitiva.

**Elaboración:** Propia

## 6 PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

### 6.1 Inversión fija

#### 6.1.1 Activos intangibles

**Tabla 88:** Activos tangibles (Expresado en dólares).

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo
<b>Muebles y enseres</b>			
Escritorios	5	76.92	385
Sillas giratorias	5	30.77	154
Muebles de espera	2	153.85	308
Estante de madera	7	55.38	388
Mesas (mesa de centro y comedor)	2	107.69	215
<b>Equipos</b>			
Computadoras	5	461.54	2,308
Ventiladores	3	61.54	185
Impresora Multifuncional	1	461.54	462
Microondas	1	123.08	123
<b>Costo de equipos y maquinarias</b>			<b>4526.15</b>

**Elaboración:** Propia

En la tabla N° 88 se observa la inversión en activos tangible que se va a realizar con el propósito de utilizarlos en la actividad que desarrolla la empresa y no para su venta. Están constituidos por los muebles y enseres y equipos.

#### 6.1.2 Activos intangibles

**Tabla 89:** Activos intangibles (expresado en dólares)

Diseño de página web	461.54
Marca	173.22
Constitución de empresa	157.54
Licencia de funcionamiento	61.54
Defensa civil	0.12
Certificado DIGESA	61.54
Garantía de local	1846.15
<b>Inversión Intangible</b>	<b>2761.65</b>

Elaboración propia

## 6.2 Capital de trabajo

**Tabla 90:** Capital de trabajo

Concepto	Costo unitario	Costo mensual	Costo trimestral
Total capital de trabajo		24,830	36,967
Capital de trabajo		18,330	30,467
Caja		6,500	6,500
<b>Costo de producto tercerizado</b>		<b>2,639.93</b>	<b>7,919.80</b>
Costo de producto tercerizado (Pomarrosa con estevia)	0.31	1,551	4,652
Materia Prima Pomarrosa	0.28	366	1,099
Materia Prima de estevia	3.08	326	977
Transporte de materia prima de pomarrosa	0.15	194	582
Transporte de materia prima de estevia	0.77	78	233
Transporte del maquilador hacia almacén	0.06	126	377
<b>Gasto de personal</b>		<b>2,184.62</b>	<b>6,553.85</b>
Gerente General	1,077	1,077	3,231
Asistente de logística	369	369	1,108
Asistente Comercial	369	369	1,108
Asistente de finanzas	369	369	1,108
<b>Materiales indirectos</b>		<b>43.85</b>	<b>120.46</b>
Recogedor	1.54	1.54	1.54
Escoba	2.15	2.15	2.15
Jabón líquido	5.54	11.08	33.23
Plumero	0.92	1.85	1.85
Desinfectante	5.54	11.08	33.23
Papel Higienico	1.08	16.15	48.46
<b>Gastos fijos</b>		<b>476.92</b>	<b>1,430.77</b>
Pago de alquiler de local	369	369.23	1,108
Servicios (luz, agua, telefo e internet)	108	107.69	323
<b>Costo de exportación</b>		<b>559.38</b>	<b>1,678.15</b>
Seguro de carga	31	31	92
Transporte del almacén hacia puerto	37	37	111
Certificado de origen	15	15	46
Derechos de embarque	37	37	111
Transmisión electrónica	18	18	55
Trámite documentario	25	25	74
Gasto administrativo	9	9	26
V°B - Agentes portuarios	77	77	231
Agenciamiento de Aduanas	52	52	157

Gastos Operativos	37	37	111
Aforo físico	65	65	194
Gastos de Almacén	77	77	231
Carta de Crédito	80	80	240
<b>Gastos administrativos</b>		<b>282.62</b>	<b>621.08</b>
Hojas bond	4.92	4.92	5
Folder de palanca	1.69	16.92	17
Lapiceros	0.25	2.46	2
Lápices	0.15	1.54	2
Perforador	1.69	8.46	8
Engrampador	2.15	10.77	11
Hojas membretadas	0.23	68.31	68
Control de calidad	92.31	92.31	277
Asesor Contable	76.92	76.92	231
<b>Gastos de ventas</b>		<b>12,142.75</b>	<b>12,143</b>
Página web	185	185	
Espacio en la feria (Stand)	3077	3077	
Decoración del Stand	1077	1077	
Pasaje Aéreo	1839	1839	
Hospedaje	123	123	
Movilidad	62	62	
Alimentación	46	46	
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	1846	1846	
Google adword	1980	1980	
Pago a comisionista	882	882	
Rueda de negocio	1027	1027	

**Elaboración:** Propia

En la tabla N° 90 se puede observar que al cálculo de la inversión en capital de trabajo que supone calcular cuánto es la inversión necesaria para ser frente los principales egresos operativos hasta que los ingresos puedan cubrir los egresos de los primeros 3 meses.

### 6.3. Inversión total

**Tabla 91:** Inversión total

Datos de inversión	Inversión
Diseño de página web	461.54
Marca	173.22
Constitución de empresa	157.54
Licencia de funcionamiento	61.54
Defensa civil	0.12
Certificado DIGESA	61.54
Garantía de local	1846.15
<b>Inversión Intangible</b>	<b>2761.65</b>
<b>Inversión Tangible</b>	
Equipos y maquinaria	3076.92
Muebles y enseres	1449.23
<b>Total</b>	<b>4526.15</b>
<b>Capital de trabajo</b>	<b>36966.86</b>
<b>Inversión Total</b>	
Inversión tangible	4,526.15
Inversión intangible	2,761.65
Capital de trabajo	36,966.86
<b>Total</b>	<b>44,254.66</b>

**Elaboración:** Propia

En la tabla N° 91 se detallan las inversiones que se requieren para la comercialización del producto. Los montos están expresados en dólares. El total de dinero a invertir en activos tangibles será de USD 4,526.15, la inversión en activo intangible es de USD 2,761.65 y el capital de trabajo que considera aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar es de un monto de USD 36,644.67.

Por lo tanto, la inversión total requerida para este proyecto es de **USD 44,254.6** . Se observa que el mayor porcentaje está representado por el capital de trabajo con unos 83.4% del total, asimismo activos tangibles representan el 10.3 % del total y activos intangible el 6.3% del total.

#### 6.4 Estructura de Inversión y financiamiento.

**Tabla 92:** Estructura de financiamiento de la inversión.

<b>Datos de financiamiento</b>	
% Aporte propio	45%
% Financiado	55%
Préstamo a mediano plazo	24,340
Aporte propio	19,915
<b>Total</b>	<b>44,255</b>

**Elaboración:** Propia

En la tabla Nro. 92, se observa la estructura de financiamiento de la empresa, la cual está constituida por el aporte de capital propio de 45% que es necesario para poder comercializar el producto, con lo cual se deduce que el 55% restante será financiado con un préstamo. El aporte de capital propio es de USD 19,915 mientras que el financiado con un préstamo bancario es de USD 24,340.



**Tabla 93:** Flujo de Caja de Deuda (Expresado en dólares).

Meses	Saldo deudor	Interes	Amortización	Renta	Ahorro tributario	Servicio de deuda
<b>0</b>	<b>24,340</b>					
1	23,861	456.85	479.31	936	4.57	931.86
2	23,372	447.85	488.31	936	4.48	931.68
3	22,875	438.68	497.47	936	4.39	931.77
4	22,368	429.35	506.81	936	4.29	931.86
5	21,852	419.83	516.32	936	4.20	931.96
6	21,326	410.14	526.02	936	4.10	932.06
7	20,790	400.27	535.89	936	4.00	932.16
8	20,244	390.21	545.95	936	3.90	932.26
9	19,688	379.96	556.19	936	3.80	932.36
10	19,121	369.53	566.63	936	3.70	932.46
11	18,544	358.89	577.27	936	3.59	932.57
12	17,956	348.06	588.10	936	3.48	932.68
13	17,357	337.02	599.14	936	3.37	932.79
14	16,746	325.77	610.39	936	3.26	932.90
15	16,124	314.31	621.84	936	3.14	933.01
16	15,491	302.64	633.51	936	3.03	933.13
17	14,845	290.75	645.41	936	2.91	933.25
18	14,188	278.64	657.52	936	2.79	933.37
19	13,518	266.30	669.86	936	2.66	933.49
20	12,836	253.73	682.43	936	2.54	933.62
21	12,140	240.92	695.24	936	2.41	933.75
22	11,432	227.87	708.29	936	2.28	933.88
23	10,711	214.57	721.58	936	2.15	934.01
24	9,975	201.03	735.13	936	2.01	934.15
25	9,227	187.23	748.93	936	1.87	934.29
26	8,464	173.17	762.98	936	1.73	934.43
27	7,686	158.85	777.30	936	1.59	934.57
28	6,894	144.26	791.89	936	1.44	934.72
29	6,088	129.40	806.76	936	1.29	934.86
30	5,266	114.26	821.90	936	1.14	935.02
31	4,428	98.83	837.33	936	0.99	935.17
32	3,575	83.12	853.04	936	0.83	935.33
33	2,706	67.11	869.05	936	0.67	935.49
34	1,821	50.79	885.36	936	0.51	935.65
35	919	34.18	901.98	936	0.34	935.82
36	0	17.25	918.91	936	0.17	935.99

**Elaboración:** Propia

En la Tabla N° 93 se observa el flujo caja de deuda del préstamo de la empresa, la cual está constituida por el saldo deudor que es el préstamo que va a ir disminuyendo a medida que se amortice la deuda. La renta que es constante a lo largo del periodo por ser el método de pago francés está constituida por la suma del interés y la amortización.

La empresa cree conveniente financiar parte de la inversión total con la finalidad de obtener una mayor rentabilidad en lo invertido con el capital propio, es decir tener apalancamiento financiero, además de poder aprovechar el escudo fiscal que esto nos brindaría, ya que al adquirir préstamos del banco tendríamos que pagar intereses como costo del financiamiento, lo cual es deducible del impuesto a la renta.

Por último, el ahorro tributario se calcula del impuesto a la renta multiplicado por el interés, lo cual es restado a la renta para calcular el flujo de caja después de impuesto.

### 6.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito.

**Tabla 94:** Créditos bancarios – Capital de trabajo para microempresas (Expresado en dólares)

Moneda nacional	BCP	INTERBANK	BIF	Scotia bank	BBVA Continental
<b>Tasa efectiva anual (Capital de trabajo)</b>	Min 25%/ Max 60%	Min 30%/ Max 55%	Min 18.99%/ Max 75%	25%	32%

**Fuente:** Elaboración propia con base en BCP, INTERBANK, BIF, SCOTIABANK, BBVA

**Tabla 95:** Créditos – capital de trabajo para microempresas (Expresado en dólares).

Moneda Nacional	COFIDE	Banco financiero	Caja metropolitana
Tasa efectiva anual (Capital de trabajo)	24%	Min 18%/ Max 60%	Min 26,55%/ Max 56,55%

**Fuente:** Elaboración propia con base en, COFIDE, banco financiero y caja metropolitana.

En la tabla N° 94 se investigó dentro de las principales entidades en el mercado financiero las tasas efectivas para inversión de capital de trabajo.

En la tablas N° 94 y la tabla N°. 95, se puede apreciar que nuestro costo efectivo anual del 25 % está fluctuando en el promedio de créditos que las entidades bancarias estarían brindando para las empresas que desean obtener un capital del trabajo.

Por ser una empresa que recién inicia sus operaciones y al no contar con un historial crediticio es difícil que una entidad financiera pueda otorgar un préstamo. Para ello la empresa ha visto conveniente realizar un préstamo con aval financiero de un familiar. El familiar por ser un empresario y cliente del banco financiero cuenta con historial crediticio que permite avalar a la empresa con un préstamo que sería una estrategia para poder financiar la inversión que necesita la empresa. Los requisitos para el préstamo son:

- Copia de Documento de Identidad de titular y cónyuge.
- Copia de RUC.
- Licencia de Funcionamiento o boletas de compra de mercadería (u otros documentos que solicite el asesor).
- Copia del último recibo de luz, agua o teléfono (sólo uno de ellos).
- Copia de documento de propiedad de vivienda.
- En caso de no tener casa propia, se solicitará aval ( Banco Financiero, 2016)

**Tabla 96:** Condiciones de crédito. (Expresado en dólares).

<b>Préstamo</b>	24,340
<b>Tiempo (mensual)</b>	36
<b>Tasa interés mensual</b>	1.88%
<b>Periodo de gracia con pago de intereses</b>	0
<b>Valor de la Cuota</b>	936

**Fuente:** Elaboración propia

En la Tabla Nro. 96 se observa las características del préstamo de la empresa, la cual está constituida por un préstamo bancario de USD 24,340 en tres años, con un costo efectivo mensual del 1.88%, no hay periodo de gracia y el valor de la cuota es de USD 936

## 6.6 Presupuesto de costos.

### Costos directos

**Tabla 97:** Costos de Producto Tercerizado (Expresado en dólares).

Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo por Envío	Costo anual
Costo de producto tercerizado (Pomarrosa con estevia)	0.31	5,040	1550.77	12,406.15
Materia Prima Pomarrosa	0.28	1323.00	366.37	2930.95
Materia Prima de estevia	3.08	105.84	325.66	2605.29
Transporte de materia prima de pomarrosa	0.15	1260.00	193.85	1550.77
Transporte de materia prima de estevia	0.77	100.80	77.54	620.31
Transporte del maquilador hacia almacén	0.06	2043.40	125.75	1005.98
<b>Total Insumos En Productos</b>	<b>4.65</b>		<b>2639.93</b>	<b>21,119.46</b>

**Elaboración:** Propia

**Tabla 98:** Costos de Producto Tercerizado (Expresado en dólares).

Años	2018	2019	2020	2021	2022
Costo de compra de producto tercerizado	21,119	22,029	23,198	24,663	26,467

**Elaboración:** Propia

**Tabla 99:** Costos de Exportación (Expresado en dólares).

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Seguro de carga	246.15	256.75	267.81	279.34	291.37
Transporte del almacén hacia puerto	295.38	308.10	321.37	335.21	349.64
Certificado de origen	123.08	128.38	133.90	139.67	145.68
Derechos de embarque	295.38	308.10	321.37	335.21	349.64
Transmisión electrónica	147.69	154.05	160.69	167.60	174.82
Trámite documentario	196.92	205.40	214.25	223.47	233.09
Gasto administrativo	68.92	71.89	74.99	78.22	81.58
V°B - Agentes portuarios	615.38	641.88	669.52	698.35	728.42
Agenciamiento de Aduanas	418.46	436.48	455.27	474.88	495.33
Gastos Operativos	295.38	308.10	321.37	335.21	349.64
Aforo físico	516.92	539.18	562.40	586.61	611.87
Gastos de Almacén	615.38	641.88	669.52	698.35	728.42
Carta de Crédito	640.00	667.56	696.30	726.28	757.56
<b>Total</b>	<b>4,228.92</b>	<b>4,667.77</b>	<b>4,868.76</b>	<b>5,078.41</b>	<b>5,297.08</b>

**Elaboración:** Propia.

## Costos indirectos

**Tabla 100:** Materiales Indirectos (Expresado en dólares).

Materiales de limpieza	2018	2019	2020	2021	2022
Útiles de limpieza	470.77	471.8	472.8	473.8	474.8
<b>Total de materiales indirectos</b>	<b>470.77</b>	<b>471.77</b>	<b>472.78</b>	<b>473.78</b>	<b>474.78</b>

**Elaboración:** Propia

**Tabla 101:** Gastos de personal (Expresado en dólares).

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Gerente General	14,086.15	14,508.74	14,944.00	15,392.32	15,854.09
Asistente de logística	4,829.54	4,974.42	5,123.66	5,277.37	5,435.69
Asistente Comercial	4,829.54	4,974.42	5,123.66	5,277.37	5,435.69
Asistente de finanzas	4,829.54	4,974.42	5,123.66	5,277.37	5,435.69
<b>Gasto de personal total</b>	<b>28,574.77</b>	<b>29,432.01</b>	<b>30,314.97</b>	<b>31,224.42</b>	<b>32,161.15</b>

**Elaboración:** Propia.

**Tabla 102:** Gastos fijos (Expresado en dólares).

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Pago de alquiler de local	4,430.77	4,519.38	4,609.77	4,701.97	4,796.01
Servicios (luz, agua, telefono e internet)	1,292.31	1,296.11	1,299.92	1,303.75	1,307.58
<b>Total gastos indirectos</b>	<b>5,723.08</b>	<b>5,815.49</b>	<b>5,909.69</b>	<b>6,005.71</b>	<b>6,103.59</b>

**Elaboración:** Propia

**Tabla 103:** Gastos administrativos (Expresado en dólares).

Materiales de oficina	2018	2019	2020	2021	2022
Útiles de oficina	242.77	243.48	244.20	244.92	245.64
asesor contable	923.08	960.00	1,008.00	1,068.48	1,143.27
Control de calidad	738.46	768.00	806.40	854.78	914.62
<b>Total de gastos administrativos</b>	<b>1,904.31</b>	<b>1,971.48</b>	<b>2,058.60</b>	<b>2,168.18</b>	<b>2,303.53</b>

**Elaboración:** Propia

**Tabla 104:** Gastos de Ventas (Expresado en dólares).

Descripción	Total
Página web	184.62
Espacio en la feria (Stand)	3076.92
Decoración del Stand	1076.92
Pasaje Aéreo	1838.77
Hospedaje	123.08
Movilidad	61.54
Alimentación	46.15
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	1846.15
<b>Gasto de venta total</b>	<b>8254.15</b>

**Elaboración:** Propia

## 6.7 Punto de Equilibrio

**Tabla 105:** Costos Fijos (Expresado en dólares).

Gastos de personal	28,575
Materiales indirectos	471
Gastos fijos	5,723
Gastos administrativos	1,904
Gasto de ventas	8,254
<b>Costo fijo Total</b>	<b>44927.08</b>

**Elaboración:** Propia

En la tabla N° 105, se observa los costos fijos en el que va incurrir la empresa. Los costos fijos son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, comercialice o no comercialice debe pagarlos. Los costos fijos de la empresa está constituido por gastos de personal, materiales indirectos, gastos fijos, gastos administrativos, gastos financieros y gastos de ventas lo que hacen un total de USD 44,927.08 para el primer año.

**Tabla 106:** Costos variables.

Costo de producto tercerizado	21,119.46
Costo de exportación	4,475.08
<b>Costo variable total</b>	<b>25594.54</b>

**Elaboración:** Propia

**Tabla 107:** Costos Totales (Expresado en dólares).

Costo Fijo	Costo variable	Costo Total
44,927	25,595	70,522

**Elaboración:** Propia

En la tabla N° 107 se observa el costo total en el que va incurrir la empresa. El costo total de la empresa está constituido por la suma del costo fijo y costo variable que hacen un total de USD 70,522 para el primer año.

**Tabla 108:** Estructura de Precio (Expresado en dólares).

CVU	0.63
CFU	1.11
<b>Costo unitario</b>	<b>1.75</b>
Margen de ganancia	20%
<b>Valor de venta</b>	<b>2.19</b>
IGV	0.00
<b>Precio de venta FOB</b>	<b>2.19</b>
Punto de equilibrio ( En cantidad)	28,957
<b>Punto de equilibrio ( En dinero)</b>	<b>63308.37</b>

**A continuación, se calculará el punto de equilibrio para el primer producto.**

Dónde:

Q = Cantidad en unidades

Pv = Precio de venta por unidad

Cvu = Costo variable por unidad

CFT = Costo fijo total

Producción mínima en unidades:  $Q = CFT / Pv - Cvu$

**Para cubrir los costos entonces:**

Productos en un año: 40,320 unidades

Costo fijo total: \$ 44,927

Precio: 2,19 por unidad

Costo Variable unitario = \$ 0.63

Desarrollando con la fórmula:

$$\frac{40,927}{2,19 - 0.63} = 28,957 \text{ unidades.}$$

Por lo tanto, la cantidad mínima que se debe comercializar en donde los ingresos son iguales a los egresos es 28,957 unidades anuales para no ganar ni perder y la venta adicional de una unidad representará la ganancia para la empresa.

Punto de equilibrio en dinero:  $28,957 * 2.19 = 63,308.37$

## 6.9 Presupuesto de ingresos

**Tabla 109:** Ventas en los Próximos Años (Expresado en dólares).

Años	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	88,152	91,678	96,262	102,038	109,180
Tasa de crecimiento	0	4.00%	5.00%	6.00%	7.00%

Elaboración propia

Según la Tabla N° 109; las ventas en los cinco años proyectados de la evaluación del negocio. El valor representado por los ingresos por ventas del primer año es USD 88,152 el cual se explica de la siguiente forma:

Se exportará 13708.80 kg de que por la proporción que esta cantidad representa es de un total de 40,320 unidades. a comercializar en el primer año, a la par se ha evaluado el precio



de venta por unidad y este es igual a USD 2.22, luego de estas dos premisas ya podemos conocer nuestra venta del primer año, es decir de los USD 89,345

- 13,708 kg equivalen a exportar: 40320 unidades al año.
- Precio de venta : \$ 2.19
- Venta (año1): Cantidad del producto x Precio de venta = \$ 89,345
- En el transcurso de los cuatro años restantes nuestra tendencia de crecimiento será de 4%, 5%, 6% y 7%.

**Tabla 110:** Saldo a favor del exportador (Expresado en dólares).

<b>Años</b>	<b>0</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Costo de compra de producto		21,119	22,029	23,198	24,663	26,467
Gastos administrativos		1,904	1,971	2,059	2,168	2,304
Gasto de ventas		12,143	12,813	13,612	14,558	15,676
Materiales indirectos		471	472	473	474	475
<b>Total</b>		<b>35,637</b>	<b>37,285</b>	<b>39,341</b>	<b>41,863</b>	<b>44,921</b>
IGV de ventas 18%		0	0	0	0	0
IGV Compras 18%		6,415	6,711	7,081	7,535	8,086
IGV de inversiones	1,312					
Diferencias de IGV	1,312	6,415	6,711	7,081	7,535	8,086
<b>Devolución del IGV</b>		<b>7,727</b>	<b>6,711</b>	<b>7,081</b>	<b>7,535</b>	<b>8,086</b>

**Elaboración:** Propia

En la Tabla N° 110 se observa el crédito fiscal que es la diferencia del IGV de ventas menos el IGV de compras. Sin embargo, se trata de una exportación, el cual está exonerado al pago de IGV. Por lo tanto, la diferencia del IGV de ventas menos IGV compras es el saldo a favor del exportador. Esta devolución de IGV de compras está considerada dentro de los ingresos tanto en el estado de ganancias y pérdidas como en el flujo de caja económico.

## 6.10 Presupuesto de Egresos

**Tabla 111:** Tasas de inflación del periodo 2012 al 2016 (Expresado en dólares).

Año	2012	2013	2014	2015	2016
Tasa de inflación	2.86%	3.22%	4.40%	3.23%	3.43%

**Fuente:** Banco Central de Reserva del Perú

**Elaboración:** Propia

**Tabla 112:** Tasas de devaluación del periodo 2012 al 2016 (Expresado en dólares).

Año	2012	2013	2014	2015	2016
Tasa de devaluación	-4.20%	2.40%	5.10%	12.00%	6.00%

**Fuente:** Banco Central de Reserva del Perú

**Elaboración:** Propia

**Tabla 113:** Factor de ajuste del periodo 2012 al 2016 (Expresado en dólares).

Factor de ajuste	0.29%
Inflación	3.43%
Devaluación	3.13%

**Elaboración:** Propia

### Costos directos

**Tabla 114:** Costo variables

Años	2018	2019	2020	2021	2022
Costo de compra de producto tercerizado	21,119.46	22,028.85	23,198.33	24,662.57	26,466.58
Costos de Exportación	4,475.08	4,488.24	4,501.44	4,514.69	4,527.97
<b>Costo de variable</b>	<b>25,594.54</b>	<b>26,517.09</b>	<b>27,699.78</b>	<b>29,177.25</b>	<b>30,994.54</b>

**Elaboración:** Propia

**Tabla 115:** Presupuesto proyectado de costos fijos (Expresado en dólares).

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Gastos de personal	28,574.77	29,432.01	30,314.97	31,224.42	32,161.15
Materiales indirectos	470.77	471.77	472.78	473.78	474.78
Gastos fijos	5,723.08	5,815.49	5,909.69	6,005.71	6,103.59
Gastos administrativos	1,904.31	1,971.48	2,058.60	2,168.18	2,303.53
Gasto de ventas	12,142.75	12,812.84	13,611.77	14,558.24	15,676.33
<b>Total</b>	<b>48,815.67</b>	<b>50,503.60</b>	<b>52,367.81</b>	<b>54,430.34</b>	<b>56,719.38</b>

**Elaboración:** Propia

### 6.11 Flujo de caja proyectado

El flujo de Caja o dinero en efectivo es un informe financiero que muestra el flujo o el movimiento del dinero que recibimos a través de nuestros ingresos netos u otras fuentes y lo que gastamos. El saldo de esta diferencia nos dará un flujo de efectivo excedente o deficiente, en dependencia si la cantidad es positiva o negativa.

#### 6.11.1 Flujo de caja económico

**Tabla 116:** Flujo de caja económico (Expresado en Dólares).

Período (años)	0	2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos Operativos		95,879	98,389	103,343	109,573	117,266
Egresos Operativos		75,369	78,005	81,101	84,703	88,887
<b>Flujo de Caja Operativo</b>		<b>20,510</b>	<b>20,385</b>	<b>22,242</b>	<b>24,870</b>	<b>28,380</b>
Inversiones en Activo Fijo Tangible	4,526					
Inversiones en Activos Fijo intangible	2,762					
Inversiones en Capital de Trabajo	36,967					36,967
Valor residual						725
<b>Total flujo de Inversiones</b>	<b>44,255</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>37,691</b>
<b>Flujo de Caja Económico</b>	<b>-44,255</b>	<b>20,510</b>	<b>20,385</b>	<b>22,242</b>	<b>24,870</b>	<b>66,071</b>

**Elaboración:** Propia

En la tabla N° 116; se observa el flujo de caja económico, el cual está constituido por ingresos operativos menos egresos operativos, los cuales se detalla en el estado de ganancias y pérdidas.

### 6.11.2 Flujo de caja financiero.

**Tabla 117:** Flujo de caja financiero (Expresado en dólares).

<b>Flujo de Caja Económico</b>	<b>-44,255</b>	<b>20,510</b>	<b>20,385</b>	<b>22,242</b>	<b>24,870</b>	<b>66,071</b>
<b>Flujo de deuda</b>						
- Ingresos por préstamos	24,340					
- Egresos por servicio de deuda		11,186	11,201	11,221		
<b>Total flujo de deuda</b>	<b>24,340</b>	<b>11,186</b>	<b>11,201</b>	<b>11,221</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Total Flujo de Caja Financiero</b>	<b>-</b>	<b>9,324</b>	<b>9,183</b>	<b>11,021.14</b>	<b>24,870</b>	<b>66,071</b>

**Elaboración:** propia

En el Tabla Nro. 117; se observa el flujo de caja financiero, el cual incluye la deuda por el préstamo, asimismo, dentro del egreso por servicio a la deuda ya está considerado el escudo fiscal por el ahorro tributario.

### 6.12 Estado de Ganancias y pérdidas.

**Tabla 118:** Depreciación de activos fijos tangibles (Expresado en dólares).

<b>Concepto / Periodo</b>	<b>Valor inicial</b>	<b>Tasa Anual</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Computadoras	2,307.69	25%	576.92	576.92	576.92	576.92	0.00
Impresora Multifuncional	461.54	25%	115.38	115.38	115.38	115.38	0.00
Ventiladores	184.62	20%	36.92	36.92	36.92	36.92	36.92
Microondas	123.08	20%	24.62	24.62	24.62	24.62	24.62
Muebles y enseres	1,449.23	10%	144.92	144.92	144.92	144.92	144.92
<b>Total</b>	<b>4,526.15</b>		<b>898.769</b>	<b>898.769</b>	<b>898.769</b>	<b>898.769</b>	<b>206.462</b>

**Fuente:** SUNAT

**Elaboración:** Propia

**Tabla 119:** Amortización de activos fijos intangibles (Expresado en dólares).

Concepto / Período	Valor inicial	Tasa Anual	1	2	3	4	5
Amortización intangibles	2762	20%	552.33	552.33	552.33	552.33	552.33
Acumulado			552.33	1,104.66	1,656.99	2,209.32	2,761.65

**Fuente:** Sunat**Elaboración:** Propia**Tabla 120:** Amortización y Depreciación de activos (Expresado en dólares).

Año	1	2	3	4	5
Depreciación + Amortización	1,285.05	1,285.05	1,285.05	1,285.05	671.55

**Fuente:** Sunat**Elaboración:** Propia**Tabla 121:** Estado de ganancias y pérdidas.

Período	2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos	95,879	98,389	103,343	109,573	117,266
Costo de venta	25,595	26,517	27,700	29,177	30,995
<b>Utilidad bruta</b>	<b>70,284</b>	<b>71,872</b>	<b>75,644</b>	<b>80,396</b>	<b>86,272</b>
Gastos de ventas	12,143	12,813	13,612	14,558	15,676
Gastos fijos	5,723	5,815	5,910	6,006	6,104
Gastos de personal	28,575	29,432	30,315	31,224	32,161
materiales indirectos	471	472	473	474	475
gastos administrativos	1,904	1,971	2,059	2,168	2,304
Depreciación y amortización	1,451	1,451	1,451	1,451	759
<b>Utilidad operativa</b>	<b>20,017</b>	<b>19,918</b>	<b>21,825</b>	<b>24,514</b>	<b>28,793</b>
Gastos Financieros	4,850	3,254	1,258		
<b>Utilidad Ante de Impuestos</b>	<b>15,168</b>	<b>16,664</b>	<b>20,566</b>	<b>24,514</b>	<b>28,793</b>
Impuesto a la renta	959	984	1,033	1,096	1,173
<b>Utilidad neta</b>	<b>14,209</b>	<b>15,680</b>	<b>19,533</b>	<b>23,419</b>	<b>27,621</b>

**Elaboración:** Propia

En la Tabla N° 121 se presenta el estado de pérdidas y ganancias de la empresa que inicia con el ingreso por ventas, es decir el monto total en dólares de las ventas durante el periodo del cual se reduce el costo de venta.

La utilidad bruta resultante de USD **70,284** en el primer año representa el monto restante para cubrir los costos operativos, financieros y fiscales. A continuación, los gastos operativos que incluyen los gastos de ventas, los gastos fijos, otros costos fijos, depreciación y amortización y marketing se deducen de la utilidad bruta.

La utilidad operativa resultante de USD **20,017** representa la utilidad obtenida por vender los productos; este monto no considera los costos financieros ni fiscales. Después la empresa obtuvo USD **15,168** de utilidad neta antes de impuestos.

Posteriormente, se calculan los impuestos a las tasa fiscales adecuadas y se deducen para determinar la utilidad neta después de impuesto. La utilidad neta después de impuesto de la empresa es de USD **14,209**

### 6.13 Evaluación de la inversión.

#### 6.13.1 Evaluación Económica

**Tabla 122:** Resultados económicos.

VANE	\$ 26,867.90
TIRE	48.32%
B/C (FCE)	1.74

Elaboración propia

En la Tabla N° 122; se observa la evaluación económica de la empresa, se puede concluir que este proyecto es rentable, ya que el flujo de efectivo económico cumple con las condiciones para que un proyecto pueda ser aceptado dando como resultado VANE igual a USD 26,867.90, un TIRE de 48.32% y un beneficio / costo de 1.74. Esto significa que se cumple la regla para que un proyecto sea rentable:

$VAN > 0$ ,  $TIR > COK$  y el  $B/C > 1$ .

**Tabla 123:** Periodo de Recuperación Económica (Expresado en dólares).

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
FCE 0	-44,255	16,727	13,559	12,066	11,004	23,842
FCE 0 Acumulado		16,727	30,286	42,353	53,356	77,198

**Elaboración:** Propia

**Periodo de recuperación económico:** 38 meses

En la Tabla N° 123; se observa el periodo de recuperación económico, teniendo en cuenta el CPPC de 22.61%. Asimismo, actualizando los flujos futuros al presente y teniendo en cuenta el CPPC, la inversión se recuperará en 38 meses.

### 6.13.2 Evaluación Financiera.

**Tabla 124:** Resultados Financieros.

VANf	\$ 32,630.51
TIRF	65.89%
B/C (FCE)	2.97

Elaboración propia

En la Tabla N° 124 se puede observar que por tratarse de un flujo de caja financiero el Vanf < Vane, el Tirf > tasa de interés del banco con lo que se produce un escudo fiscal en beneficio del inversionista. Entre los valores que se obtuvo un resultado de VANF igual a USD 32,630.51, un TIRF de 65.89% y un beneficio / costo de 2.97, con lo que se puede observar que el proyecto es muy rentable. De acuerdo al análisis financiero en ambos casos el proyecto es bueno, pero el financiero presenta mejores indicadores.

**Tabla 125:** Periodo de Recuperación Financiera (Expresado en dólares).

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
FCE	-19,915	7,770	6,377	6,378	11,993	26,552
FCE Acumulado		7,770	14,147	20,525	32,519	59,071

**Elaboración:** Propia

En la Tabla N° 125, se observa el cuadro de periodo de recuperación financiera teniendo en cuenta el costo de oportunidad de 20 %. Asimismo, actualizando los flujos futuros al presente y teniendo en cuenta el costo de oportunidad, la inversión se recuperará en 34 meses.

### **6.13.3 Evaluación social.**

El presente proyecto de negocio, es una comercialización de mermelada de pomarrosa para su posterior exportación, no genera ningún conflicto social y apoya positivamente a la economía peruana al generar puestos administrativos de trabajo.

### **6.13.4 Impacto ambiental.**

La empresa será una comercializadora de elaborada con la pulpa pomarrosa y será respetuosa con el medio ambiente, buscando criterios de desarrollo sostenible, los residuos serán desechados de manera adecuada para no causar ningún daño.

Los procesos realizados dentro de nuestra empresa no presentan ningún impacto negativo en el ambiente, por lo tanto consideramos que nuestro plan de negocios es viable desde el punto de vista ambiental.

### **6.14 Evaluación de costo de oportunidad del capital de trabajo.**

El costo de oportunidad o también conocido como tasa de descuento (COK), es lo mínimo que el inversionista espera recibir, a partir del COK las empresas generan valor para el propietario, ya que lo retornos de los proyectos de inversión deberán ser iguales o mayores.



El COK tiene implícito la relación riesgo retorno que existe en el mercado, en este caso el retorno esperado está en función a los rendimientos en el mercado que tiene la empresa y el riesgo es la variación que existe entre el retorno real y el esperado. En un conjunto de posibilidades de inversión, el inversionista debe comparar todas las posibilidades que tiene, en el cual mida el riesgo retorno de cada elección.

**Tabla 126:** Aporte propio.

Fuente	Porcentaje	Monto
Aporte propio	45%	19,915

**Elaboración:** Propia

Se tiene un capital propio de USD 19,915 de acuerdo a este capital el inversionista realiza una evaluación de mercado para conocer cuál es la rentabilidad máxima que podría obtener por dicha inversión.

Por ejemplo, se tiene:

**Tabla 127:** Márgenes de Ganancia por Actividad Económica.

<b>1</b>	<b>Bazar</b>	<b>0.19</b>
<b>2</b>	Bazar librería	0.17
<b>3</b>	Bodegas tiendas	0.16
<b>4</b>	Proyecto de exportación de mermelada de Pomarrosa hacia Estados Unidos.	0.17
<b>5</b>	Comercialización de alimentos balanceado	0.20

**Fuente:** Banco Financiero

**Tabla 128:** Opciones de rentabilidad.

Tasas	Rentabilidad
Tasa por cuenta a plazo Fijo BCP	4% TREA
Tasa por cuenta a largo plazo Banco continental	1,35% TREA
Tasa por depósito a plazo fijo Interbank	5% TREA
Tasa depósito a plazo Caja metropolitana de Lima	5% TEA
Tasa depósito a Plazo Caja de Huancayo	9% TEA
<b>Comercialización de alimentos balanceado</b>	<b>20%</b>

De acuerdo a la rentabilidad que otorga el mercado por el capital propio, lo máximo que se deja de ganar por invertir en este proyecto es 20 %, por lo tanto mi costo de oportunidad es 20% que es lo mínimo que espero ganar por la inversión en este proyecto de exportación de mermelada de pomarrosa.

A continuación, se calcula el costo promedio ponderado de capital (CPPC):

**CPPC:** (Deudas de terceros/Total de financiamiento) (Costos de la deuda) (1-tasa de impuesto) + (Capital propio/total de financiamiento) (costos de capital propio)

- Capital	45.00%
- Deuda	55.00%
- Cok	20.00%
- Costo de deuda	25.00%
- Tax Perú	1.00%
- WACC	22.61%

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

$$CPPC = (55\% * 25\%) * (1-0.010) + (45\% * 20\%)$$

$$CPPC = 22.61\%$$

### 6.15 Cuadro de riesgo del tipo de cambio

El análisis de sensibilidad consiste en suponer variaciones que afecten el presupuesto de caja, por ejemplo, una disminución de cierto porcentaje en ingresos por ventas o un aumento porcentual en los costos y/o gastos que podrían darse por un incremento del tipo de cambio, lo cual sería un escenario negativo para cualquier importador. Para el caso de un incremento en el tipo de cambio, nuestra empresa podría utilizar FORWARD DE DIVISAS.

Una OPERACIÓN FORWARD de moneda extranjera es un acuerdo entre dos partes, por el cual dos agentes económicos se obligan a intercambiar, en una fecha futura establecida, un monto determinado de una moneda a cambio de otra, a un tipo de cambio futuro acordado y que refleja el diferencial de tasas. Esta operación no implica ningún desembolso hasta el

vencimiento del contrato, momento en el cual se exigirá el intercambio de las monedas al tipo de cambio pactado.

El propósito del forward de divisas es administrar el riesgo en el que se incurre por los posibles efectos negativos de la volatilidad del tipo de cambio en el flujo esperado de ingresos de una empresa (por ejemplo, en el comercio exterior) o en el valor del portafolio de un inversionista (una administradora de fondos de pensiones que posee activos denominados en moneda extranjera).

En tal sentido, el mercado de forwards de monedas permite que los agentes económicos se cubran del riesgo cambiario, dando mayor certeza a sus flujos.

Las transacciones se realizan normalmente bajo un contrato marco (master agreement), elaborado por asociaciones profesionales de los agentes que operan en el mercado financiero internacional, los mismos que son ajustados a las normas de BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ derecho del país que le resulten aplicables. Cada operación genera un contrato adicional en donde se establecen, de común acuerdo, las condiciones especiales para dicha operación. A continuación, se presenta un análisis de sensibilidad teniendo al tipo de cambio en diferentes escenarios y como afecta la variación al VAN, TIR Y AL B/C.

**Tabla 129:** Análisis de sensibilidad con tipo de cambio.

<b>Tipo de cambio</b>	<b>VANE</b>	<b>TIRE</b>	<b>B/C</b>	<b>VANF</b>	<b>TIRF</b>	<b>B/C</b>
3.45	\$ 34,825	60%	2.02	\$ 42,088	99%	4.44
3.35	\$ 29,193.70	53.19%	1.84	\$ 35,990	85%	3.88
3.25	\$ 26,868	48.32%	1.74	\$ 32,631	66%	2.97
3.1	\$ 13,527	36.37%	1.36	\$ 19,022	50%	2.43
3	\$ 6,529	29%	1.17	\$ 11,443	37%	1.84
2.85	-\$ 951	22%	0.93	\$ 3,341	25%	1.24

Elaboración propia

En la tabla N° 129 muestra el análisis de sensibilidad y cómo el tipo de cambio impacta en los diferentes indicadores, tanto en el económico como en el financiero. Por ejemplo, para un tipo de cambio S/. 3.45 se obtiene un b/c económico de 2.02 lo que significa que por cada dólar que se invierte se está ganando USD 1.02, a mayor tipo de

cambio mayor beneficio costo para el caso de las exportaciones, ya que se tendrá más nuevos soles por cada dólar que nos paguen.

Para un tipo de cambio de S/. 3.25 se obtiene un beneficio costo de 1.74, con lo que la empresa gana por cada dólar que invierte \$ 0.74 hay una disminución con respecto al tipo de cambio S/. 3.45. Asimismo, para un tipo de cambio de S/. 2.95 se obtiene un beneficio costo de 0.93 y se está perdiendo por cada dólar invertido \$0.07 que es menos a diferencia de tipos de cambios más altos y es el tipo de cambio donde la empresa está perdiendo.

**Tabla 130:** Análisis de sensibilidad por costo de oportunidad.

<b>Costo de oportunidad</b>	<b>VANF</b>	<b>B/C</b>
24%	22,153	2.40
22%	26,270	2.62
<b>20%</b>	<b>32,631</b>	<b>2.97</b>
19%	34,483	3.06
18%	36,439	3.16

**Elaboración:** Propia

**Tabla 131:** Análisis de Sensibilidad por Costo Promedio Ponderado de Capital.

<b>Costo promedio ponderado de capital</b>	<b>VANE</b>	<b>B/C</b>
24%	\$ 21,733.12	1.61
23%	\$ 23,362.12	1.65
<b>22.61%</b>	<b>\$ 26,868</b>	<b>1.74</b>
21%	\$ 29,957.77	1.82
20%	\$ 32,008.74	1.87

**Elaboración:** Propia

**Tabla 132:** Análisis de Sensibilidad Por Precio de Venta.

<b>Precio de venta</b>	<b>VANE</b>	<b>TIRE</b>	<b>B/C</b>	<b>VANF</b>	<b>TIRF</b>	<b>B/C</b>
2.35	\$ 37,231	59%	2.04	\$ 43,725	87%	3.65
2.30	\$ 32,304	55%	1.90	\$ 38,385	78%	3.33
2.22	\$ 26,868	48%	1.74	\$ 32,631	66%	2.97
2.20	\$ 22,449	45%	1.63	\$ 27,706	61%	2.68
1.95	-\$ 2,187	20%	0.94	\$ 1,006	21%	1.06

Elaboración: Propia

## 7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.1 Conclusiones

- Se constituye la organización como una microempresa, porque se considera la mejor alternativa para emprender una nueva y microempresa y no se vea afectada por todos los costos y gastos para su operación.
- Se concluye del estudio de mercado, que Estados Unidos es el mejor destino para la mermelada de pomarrosa por su carácter importador, su aumento en la demanda de productos nutritivos, saludables y por sus variables macro económicas que sustentan la elección de mercado de destino.
- La empresa está tercerizando el proceso de producción y envasado de la mermelada, porque es más conveniente por el trámite de las certificaciones requeridas y por los escasos recursos para implementar la infraestructura para su elaboración y por la reducción de costos.
- Para llegar a nuestro consumidor final es necesario el uso de un importador/distribuidor que demuestre conocimiento del mercado para llegar a New York.
- La empresa Imagine Latin Fruit SAC ha utilizado el medio de transporte marítimo FOB, porque es el más adecuado por el tipo de producto, el peso y volumen de la carga y es el medio más económico para transportar hacia el mercado de EE.UU.
- De acuerdo a la evaluación económica – financiera del proyecto del plan de negocio se llega a la conclusión que éste es viable, teniendo una TIR Económica de 48.32% y una TIR Financiera de 65.89% por encima del costo financiero y del costo del accionista. A su vez, genera un VAN Económico de USD 26,867.90 y un VAN Financiero de USD 32,630 un indicador optimista, para poder incursionar en este tipo de negocio y mercado de destino.

## 7.2 Recomendaciones

- Para evitar rotación del personal frecuente por la falta de beneficios otorgados a los trabajadores por tratarse de una microempresa, se sugiere ofrecerles un aumento de sueldo al final de cada año.
- Se recomienda la tercerización de la producción a las microempresas, debido a que el costo de inversión de maquinarias e infraestructura será excesivo y porque es necesario obtener una serie de certificaciones para operar dentro de la planta.
- Para optar por el medio de transporte conveniente se sugiere evaluar las condiciones de la carga a exportar, porque puede ser mejor el medio aéreo y no necesariamente marítimo. (mejorar la recomendación que el marítimo es más conveniente que el aéreo)
- Se recomienda que para evaluar la viabilidad del proyecto, se debe calcular el VAN y la TIR a partir de los flujos de caja económico y financiero. Éstos deben salir positivos.
- Se recomienda revisar que se cumpla con el procedimiento del régimen de exportación a fin de evitar incumplir con el procedimiento, a fin de mantener una adecuada gestión aduanera y de operaciones.
- Se recomienda a lo largo del desarrollo del plan de negocios, realizar un permanente monitoreo de los avances y logros, así como la revisión constante de los indicadores económicos y financieros que permitan evaluar la viabilidad del mismo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Cánovas, A. C. (2011). *Transporte internacional de mercancías*. España: Publicaciones ICEX.
2. Casanovas, A. (2013). *Legal Compliance - Principios de cumplimiento generalmente aceptados*. Madrid: Difusión jurídica y temas de actualidad.
3. CCL. (2017). *Misiones comerciales*. Recuperado el 30 de 03 de 2017, de [www.camaralima.org.pe](http://www.camaralima.org.pe)
4. CCL. (2017). *Ruedas de negocio*. Recuperado el 30 de 03 de 2017, de [www.camaralima.org.pe](http://www.camaralima.org.pe)
5. CIPF. (2016). *Reglamentación del embalaje de madera utilizado en el comercio internacional*. Recuperado el 08 de 04 de 2017, de [www.ippc.int](http://www.ippc.int)
6. Comercio y aduanas. (2017). *Incoterms: Que es incoterm FOB*. Recuperado el 17 de 04 de 2017, de [www.comercioyaduanas.com.mx](http://www.comercioyaduanas.com.mx)
7. Departamento de Inteligencia de Mercados PROMPERÚ. (2016). *Guía simplificada multisectorial - EEUU*. Recuperado el 30 de 03 de 2017, de [repositorio.promperu.gob.pe](http://repositorio.promperu.gob.pe)
8. DIGESA. (2017). *Institucional*. Recuperado el 24 de 04 de 2017, de [www.digesa.sld.pe](http://www.digesa.sld.pe)
9. EL MERCURIO. (2016). Recuperado el 30 de 03 de 2017, de [www.elmercurio.com](http://www.elmercurio.com)
10. FAO. (2017). *Normas Internacionales para Medidas Fitosanitarias (NIMF)*. Recuperado el 07 de 04 de 2017, de [www.fao.org](http://www.fao.org)
11. FAO. (2017). *Sistema de análisis de peligros y de puntos críticos de control (HACCP) y directrices para su aplicación*. Recuperado el 08 de 05 de 2017, de [www.fao.org](http://www.fao.org)
12. FERIAS INTERNACIONALES.WIKISPACES. (2017). *Las misiones internacionales*. Recuperado el 30 de 03 de 2017, de [www.feriasinternacionales.wikispaces.com](http://www.feriasinternacionales.wikispaces.com)
13. GOOGLE. (2017). *Google AdWords*. Recuperado el 06 de 04 de 2017, de [www.google.com.pe](http://www.google.com.pe)
14. INEI. (05 de 10 de 2016). Recuperado el 01 de 06 de 2016, de [www.inei.gob.pe](http://www.inei.gob.pe)



15. Instituto de Desarrollo y Comercio Exterior. (2017). *Contenedores, envases y embalajes, unitarización*. Recuperado el 08 de 04 de 2017, de [www.prompex.gob.pe](http://www.prompex.gob.pe)
16. Kotler, P. (2003). Fundamentos de marketing. En P. Kotler.
17. Plataforma de investigación, negocios y consumo. (2017). *Etiqueta cultural y de negocios EEUU*. Recuperado el 10 de 03 de 2017, de [www.ciaindumentaria.com.ar](http://www.ciaindumentaria.com.ar)
18. PROMPERU. (2013). Recuperado el 04 de 04 de 2017, de [www.promperu.gob.pe](http://www.promperu.gob.pe)
19. PROMPERU. (2015). *Requisitos para exportar alimentos a Estados Unidos*. Recuperado el 02 de 05 de 2017, de [www.promperu.gob.pe](http://www.promperu.gob.pe)
20. PROMPERU. (2017). *Desarrollo de ficha técnica de productos - Inteligencia emocional*. Recuperado el 22 de 03 de 2017, de [www.siicex.gob.pe](http://www.siicex.gob.pe)
21. PROMPERÚ. (2017). *Exportando paso a paso*. Recuperado el 01 de 03 de 2017, de [export.promperu.gob.pe](http://export.promperu.gob.pe)
22. Santander Trade Portal. (2017). *Incoterms 2010*. Recuperado el 10 de 03 de 2017, de [es.portal.santandertrade.com](http://es.portal.santandertrade.com)
23. Santander TradePortal. (2017). *Medios de pago internacionales*. Recuperado el 30 de 03 de 2017, de [es.portal.santandertrade.com](http://es.portal.santandertrade.com)
24. SERVICE, E. F., & ESPACIO FOOD, S. (2017). *Ferias internacionales*. Recuperado el 29 de 03 de 2017, de [www.espaciofoodservice.cl](http://www.espaciofoodservice.cl)
25. SIICEX. (2016). *Contrato de Compra venta internacional*. Recuperado el 10 de 03 de 2017, de [www.siicex.gob.pe](http://www.siicex.gob.pe)
26. SIICEX. (2016). *Guía de requisitos de acceso de alimentos a EEUU*. Recuperado el 08 de 04 de 2017, de [www.siicex.gob.pe](http://www.siicex.gob.pe)
27. SIICEX. (2017). *Guía de acondicionamiento y embalaje*. Recuperado el 08 de 04 de 2017, de [www.siicex.gob.pe](http://www.siicex.gob.pe)
28. SIICEX. (2017). *La cadena de abastecimiento en los negocios internacionales SCM*. Recuperado el 16 de 04 de 2017, de [www.siicex.gob.pe](http://www.siicex.gob.pe)
29. SUNAT. (2017). *Beneficios para las MIPYMES*. Recuperado el 20 de 02 de 2017, de [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)
30. SUNAT. (2017). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme*. Recuperado el 12 de 02 de 2017, de [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)

31. SUNAT. (2017). *Concepto - Planilla Electrónica*. Recuperado el 12 de 03 de 2017, de [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)
32. SUNAT. (2017). *Inscripción al RUC*. Recuperado el 08 de 03 de 2017, de [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)
33. SUNAT. (2017). *Manual de orientación*. Recuperado el 01 de 04 de 2017, de [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)
34. SUNAT. (2017). *Régimen laboral de la micro y pequeña empresa*. Recuperado el 12 de 03 de 2017, de [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)
35. SUNAT. (2017). *Régimen MYPE tributario*. Recuperado el 08 de 03 de 2017, de [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)

## **ANEXOS**

### **ANEXO 1: Solicitud de Reserva de Nombre de Persona Jurídica**



## ANEXO 1: FORMULARIO

### SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:

Yo, \_\_\_\_\_ identificado con:

DNI°  CIP  CE  OTROS \_\_\_\_\_ N° \_\_\_\_\_

en mi calidad de (titular  socio  abogado  notario  representante ) domiciliado en \_\_\_\_\_, distrito de \_\_\_\_\_, Provincia de \_\_\_\_\_, ante Ud. con el debido respeto me presento y digo:

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA para:

Constitución

Modificación de Estatuto

Podrá indicar hasta 03 nombres y de forma opcional sus correspondientes abreviaturas tratándose de denominaciones.<sup>1</sup>

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

<b>NOMBRE COMPLETO DE LA PERSONA JURÍDICA OBLIGATORIO</b>	<b>NOMBRE ABREVIADO DE LA PERSONA JURÍDICA OPCIONAL</b>
1. _____ _____	1. _____ _____
2. _____ _____	2. _____ _____
3. _____ _____	3. _____ _____

TIPO DE PERSONA JURÍDICA: (Marque una opción)

- S.A     ASOCIACIÓN     S.R.L     COMITÉ     S. CIVIL  
 S.A.C     E.I.R.L     COOPERATIVA     OSB

OTROS (precisar el tipo de persona jurídica) \_\_\_\_\_

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


Lima, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 20 \_\_

\_\_\_\_\_  
Firma del Solicitante

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

## ANEXO 2 : Modelo de constitución S.A.C sin directorio en efectivo

### SEÑOR NOTARIO

SÍRVASE EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, SIN MINUTA, DE CONFORMIDAD CON EL ARTICULO 58 LITERAL I) DEL D. LEG. N° 1049, DECRETO LEGISLATIVO DEL NOTARIADO, CONCORDADO CON EL DECRETO SUPREMO N° 007-2008-TR – TUO DE LA LEY DE PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD, FORMALIZACION Y DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA Y DEL ACCESO AL EMPLEO DECENTE, LEY MYPE, QUE OTORGAN: JESUS CACERES VEGRA DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS INTERNACIONALES CON D.N.I. 70055790, ESTADO CIVIL SOLTERO ; EBER CACERES GALDOS, DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION MARINO CON D.N.I. 70055794, ESTADO CIVIL SOLTERO , ELVIS CACERES GALDOS, DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION INDEPENDIENTE CON D.N.I. 70055734, ESTADO CIVIL SOLTERO ; CESAR CACERES VERGARA, DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION CHEF CON D.N.I. 2345674, ESTADO CIVIL SOLTERO; ALFREDO CACERES SULCA, DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION INDEPENDIENTE CON D.N.I. 2324359, ESTADO CIVIL SOLTERO SEÑALANDO DOMICILIO COMUN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN: JR. NEON NRO. 265, DISTRITO DE LOS OLIVOS, PROVINCIA DE LIMA Y DEPARTAMENTO DE LIMA.  
EN LOS TERMINOS SIGUIENTES:

**PRIMERO.-** POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL, LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, BAJO LA DENOMINACION DE EXPORTADORA CACERES Y PRODUCTORES ASOCIADOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA", PUDIENDO UTILIZAR LA ABREVIATURA DE "EXCPA S.A.C."; SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACION DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

**SEGUNDO.-** EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE USD. 44,353 (CUARENTA Y CUATRO MIL CON TRESCIENTOS CIENTO Y TRES 00/100 EN DOLARES) REPRESENTADO POR .....ejemplo: 26.000 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE USD 1.00 CADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

1. JESUS CACERES VERGARA, SUSCRIBE 24,352.73 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA USD 24,352.73 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
2. ALFREDO CACERES SUSCRIBE 5,000 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA USD 5,000.00 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
3. CESAR CACERES SUSCRIBE 5,000 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA USD 5,000.00 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
4. EBER CACERES SUSCRIBE 5,000 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA USD 5,000.00 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
5. ELVIS CACERES SUSCRIBE 5,000 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA USD 5,000.00 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO

**TERCERO.-** LA SOCIEDAD SE REGISTRARÁ POR EL **ESTATUTO** SIGUIENTE Y EN TODO LO NO PREVISTO POR ESTE, SE ESTARÁ A LO DISPUESTO POR LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES – LEY 26887 – QUE EN ADELANTE SE LE DENOMINARA LA "LEY".

### ESTATUTO

**ARTICULO 1.- DENOMINACION-DURACION-DOMICILIO:** LA SOCIEDAD SE DENOMINA: EXPORTADORA CACERES Y PRODUCTORES ASOCIADOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA" PUDIENDO USAR LA ABREVIATURA " EXCPA S.A.C.".

TIENE UNA DURACION INDETERMINADA, INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURIDICA DESDE SU INSCRIPCION EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURIDICAS

SU DOMICILIO ES LA PROVINCIA DE LIMA DEPARTAMENTO DE LIMA PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAIS O EN EL EXTRANJERO.

**ARTICULO 2.- OBJETO SOCIAL:** LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE A: COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACION DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRA REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LICITOS, SIN RESTRICCION ALGUNA.

**ARTÍCULO 3.- CAPITAL SOCIAL:** EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE 44,353 (CUARENTA Y CUATRO MIL CON TRESCIENTOS CIENTO Y TRES 00/100 EN DOLARES) REPRESENTADO POR 44,353 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE USD 1.00 CADA UNA.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

**ARTICULO 4.- TRANSFERENCIA Y ADQUISICION DE ACCIONES:** LOS OTORGANTES ACUERDAN SUPRIMIR EL DERECHO DE PREFERENCIA PARA LA ADQUISICION DE ACCIONES, CONFORME A LO PREVISTO EN EL ULTIMO PARRAFO DEL ARTICULO 237º DE LA "LEY".

**ARTICULO 5.- ORGANOS DE LA SOCIEDAD:** LA SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE TIENE LOS SIGUIENTES ÓRGANOS:  
LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS; Y  
LA GERENCIA.

**LA SOCIEDAD NO TENDRÁ DIRECTORIO.**

**ARTICULO 6.- JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS:** LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS ES EL ORGANO SUPREMO DE LA SOCIEDAD. LOS ACCIONISTAS CONSTITUIDOS EN JUNTA GENERAL DEBIDAMENTE CONVOCADA, Y CON EL QUORUM CORRESPONDIENTE, DECIDEN POR LA MAYORIA QUE ESTABLECE LA "LEY" LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA. TODOS LOS ACCIONISTAS INCLUSO LOS DISIDENTES Y LOS QUE NO HUBIERAN PARTICIPADO EN LA REUNION, ESTAN SOMETIDOS A LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA JUNTA GENERAL.

LA CONVOCATORIA A JUNTA DE ACCIONISTAS SE SUJETA A LO DISPUESTO EN EL ART. 245º DE LA "LEY".

EL ACCIONISTA PODRA HACERSE REPRESENTAR EN LAS REUNIONES DE JUNTA GENERAL POR MEDIO DE OTRO ACCIONISTA, SU CONYUGE, O ASCENDIENTE O DESCENDIENTE EN PRIMER GRADO, PUDIENDO EXTENDERSE LA REPRESENTACION A OTRAS PERSONAS.

**ARTICULO 7.- JUNTAS NO PRESENCIALES:** LA CELEBRACION DE JUNTAS NO PRESENCIALES SE SUJETA A LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 246º DE LA "LEY".

**ARTICULO 8.- LA GERENCIA:** NO HABIENDO DIRECTORIO, TODAS LAS FUNCIONES ESTABLECIDAS EN LA "LEY" PARA ESTE ORGANO SOCIETARIO SERAN EJERCIDAS POR EL GERENTE GENERAL.

LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS PUEDE DESIGNAR UNO O MÁS GERENTES SUS FACULTADES REMOCION Y RESPONSABILIDADES SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 185º AL 197 DE LA "LEY".

EL GERENTE GENERAL ESTA FACULTADO PARA LA EJECUCION DE TODO ACTO Y/O CONTRATO CORRESPONDIENTES AL OBJETO DE LA SOCIEDAD, PUDIENDO ASIMISMO REALIZAR LOS SIGUIENTES ACTOS:

- A. DIRIGIR LAS OPERACIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS.
- B. REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES. EN LO JUDICIAL GOZARA DE LAS FACULTADES SENALADAS EN LOS ARTICULOS 74, 75, 77 Y 436 DEL CODIGO PROCESAL CIVIL, ASI COMO LA FACULTAD DE REPRESENTACION PREVISTA EN EL ARTICULO 10 DE LA LEY 26636 Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS; TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACION O SUSTITUCION. ADEMAS, PODRA CELEBRAR CONCILIACION EXTRAJUDICIAL, PUDIENDO SUSCRIBIR EL ACTA CONCILIATORIA, GOZANDO DE LAS FACULTADES SENALADAS EN LAS DISPOSICIONES LEGALES QUE LO REGULAN. ADEMAS PODRA CONSTITUIR Y REPRESENTAR A LAS ASOCIACIONES QUE CREA CONVENIENTE Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS.
- C. ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA; GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCONTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y REACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, PAGARES, CONOCIMIENTO DE EMBARQUE, CARTA DE PORTE, POLIZAS, CARTAS FIANZAS Y CUALQUIER CLASE DE TITULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES; OTORGAR RECIBOS CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTIA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRESTAMOS CON GARANTIA HIPOTECARIA,
- D. ADQUIRIR Y TRANSFERIR BAJO CUALQUIER TITULO; COMPRAR, VENDER, ARRENDAR, DONAR, DAR EN COMODATO, ADJUDICAR Y GRAVAR LOS BIENES DE LA SOCIEDAD SEAN MUEBLES O INMUEBLES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS YA SEAN PRIVADOS O PUBLICOS. EN GENERAL PODRA CONSTITUIR GARANTIA HIPOTECARIA, MOBILIARIA Y DE CUALQUIER FORMA. PODRA CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTORY Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACION EN PARTICIPACION Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACION EMPRESARIAL, VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. ADEMAS PODRA SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.
- E. SOLICITAR, ADQUIRIR, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTE, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES CONFORME A LEY, SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELECTUAL.

- F. PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PUBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACION DEL OBJETO SOCIAL.

EL GERENTE GENERAL PODRA REALIZAR TODOS LOS ACTOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACION DE LA SOCIEDAD, SALVO LAS FACULTADES RESERVADAS A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.

**ARTICULO 9.- MODIFICACION DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCION DEL CAPITAL:** LA MODIFICACION DEL PACTO SOCIAL, SE RIGE POR LOS ARTICULOS 198 Y 199 DE LA "LEY", ASI COMO EL AUMENTO Y REDUCCION DEL CAPITAL SOCIAL, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 201 AL 206 Y 215 AL 220, RESPECTIVAMENTE DE LA "LEY".

**ARTICULO 10.- ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACION DE UTILIDADES:** SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTICULOS 40, 221 AL 233 DE LA "LEY".

**ARTICULO 11.- DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION:** EN CUANTO A LA DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 407, 409, 410, 412, 413 A 422 DE LA "LEY".

**CUARTO.- QUEDA DESIGNADO COMO GERENTE GENERAL:** JESUS ALFREDO CACERES VERGARA CON D.N.I. 70055790, CON DOMICILIO EN: MZ 12 LOTE 37 LAURA CALLER, DISTRITO DE LOS OLIVOS, PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA.

LIMA.. DE LUNES 27 DE MARZO DEL 2017  
(CIUDAD) (DIA) (MES) (AÑO)

## ANEXO 3: SOLICITUD DE REGISTRO DE NOBRE COMERCIAL



PERÚ  
Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPÍ

### DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS SOLICITUD DE REGISTRO DE NOMBRE COMERCIAL

#### 1. DATOS DEL SOLICITANTE

N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el anexo A por cada solicitante adicional)

<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL		<input type="checkbox"/> PERSONA JURÍDICA	
Tipo de empresa (*) (marque de corresponder): <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____			
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución)			
Nacionalidad / País de Constitución:		Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda: Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídica RUC <input type="checkbox"/>	
Representante Legal (Llenado <u>obligatorio</u> en caso de ser Persona Jurídica):			
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú			
Dirección: Distrito: _____		Provincia: _____ Departamento: _____	
Referencias de domicilio:			
Correo electrónico		Número de teléfono fijo	
Casilla electrónica (previa suscripción de contrato con Indecopi)		Número de teléfono celular	
<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación. <input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentado en el expediente N°: _____ (Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)			

#### 2. DATOS RELATIVOS AL NOMBRE COMERCIAL SOLICITADO

2.1. Tipo de Signo:  <input type="checkbox"/> Denominativa <input type="checkbox"/> Denominativa con grafía <input type="checkbox"/> Mixta <input type="checkbox"/> Tridimensional <input type="checkbox"/> Figurativa <input type="checkbox"/> Otros: _____	2.2. Indicación del Signo (de ser solo denominativo)	2.3. Reproducción del Signo  <div style="border: 2px solid black; padding: 10px; text-align: center;"> <b>PEGAR REPRODUCCIÓN DEL NOMBRE DENOMINATIVO CON GRAFÍA, MIXTO, FIGURATIVO O TRIDIMENSIONAL</b> </div> <p style="font-size: small;">Se sugiere enviar <u>copia fiel del mismo logotipo</u> al correo: <a href="mailto:logos-dsd@indecopi.gob.pe">logos-dsd@indecopi.gob.pe</a>. (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles) Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.</p>
2.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte del Nombre Comercial: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO (en caso de NO MARCAR alguna opción, se protegerán los colores que aparecen en la reproducción adjuntada)		

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



## ANEXO 5: SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA



### DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS

### SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE

#### 1. DATOS DEL SOLICITANTE

N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el anexo A por cada solicitante adicional)

<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL	<input type="checkbox"/> PERSONA JURÍDICA
Tipo de empresa (*) (marque de corresponder): <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____	
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución)	
Nacionalidad / País de Constitución:	Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda: Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídica RUC <input type="checkbox"/> )
Representante Legal (Llenado <u>obligatorio</u> en caso de ser Persona Jurídica):	
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú	
Dirección:	
Distrito:	Provincia:
Departamento:	
Referencias de domicilio:	
Correo electrónico	Número de teléfono fijo
Casilla electrónica (previa suscripción de contrato con Indecopi)	Número de teléfono celular
<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación. <input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentado en el expediente N°: (Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)	

#### 2. DATOS RELATIVOS AL SIGNO DISTINTIVO A REGISTRAR

2.1. Tipo de Signo:  <input type="checkbox"/> Denominativa <input type="checkbox"/> Denominativa con grafía <input type="checkbox"/> Mixta <input type="checkbox"/> Tridimensional <input type="checkbox"/> Figurativa <input type="checkbox"/> Otros: _____	2.2. Indicación del Signo (de ser solo denominativo)	2.3. Reproducción del Signo  <b>PEGAR REPRODUCCIÓN DE LA MARCA DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL</b>  Se sugiere enviar <u>copia fiel del mismo logotipo</u> al correo: <a href="mailto:logos-dsd@indecopi.gob.pe">logos-dsd@indecopi.gob.pe</a> . (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles) Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.
2.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> (en caso de <b>NO MARCAR</b> alguna opción, se protegerán los colores que aparecen en la reproducción adjunta)		

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

## ANEXO 6: FORMATO DE SOLICITUD DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO



### SOLICITUD DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO CON CARÁCTER DE DECLARACION JURADA

SEÑOR ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CHORRILLOS

**I. MODALIDAD DE TRAMITE QUE SE SOLICITA** (Marca con una "X")

LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO INDETERMINADA

LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO TEMPORAL

**II. DATOS DEL SOLICITANTE**

APELLIDOS Y NOMBRES o RAZON SOCIAL

D.N.I. o Carné de Extranjeria E-MAIL TELEFONO RUC

Av./Jr./Ca./Pje. N° Int. Mz. Lt.

Urb. AA.HH., Otros DISTRITO PROVINCIA DEPARTAMENTO

**III. REPRESENTANTE LEGAL** (Completar solo en el caso de personas jurídicas que son representadas por un tercero)

APELLIDOS Y NOMBRES

D.N.I. o Carné de Extranjeria N° Partida P. (SUNARP) N° Teléfono

**IV. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO**

NOMBRE COMERCIAL GIRO o ACTIVIDAD

GIRO PREDOMINANTE

PROPIO  ARRENDADO  CEDIDO  HORARIO DE ATENCION  A   
CONDICION DEL LOCAL

Av./Jr./Ca./Pje. N° Int. Mz. Lt. Urb. AA.HH. Otros

COMERCIO  INDUSTRIA  SERVICIO  AREA DEL LOCAL   
SECTOR ECONOMICO

**V. OTROS DATOS DEL ESTABLECIMIENTO**

Manipulación y/o uso de materiales    
Combustibles y/o tóxicos y/o inflamables SI NO

Material de Construcción Predominante    
Noble Rústico

## ANEXO 7: SOLICITUD DE INSPECCION SENASA



**MUNICIPALIDAD DE LOS OLIVOS**  
OFICINA DE DEFENSA CIVIL



<b>RECEPCIONADO</b>

### SOLICITUD DE INSPECCION TECNICA DE SEGURIDAD EN DEFENSA CIVIL A NIVEL BASICO

LEY MARCO DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO Nº 28976

SEÑOR PRESIDENTE DEL COMITÉ DISTRITAL DE DEFENSA CIVIL  
D. FELIPE CASTILLO ALFARO

YO:

CÓDIGO	APPELLIDOS Y NOMBRES – RAZÓN SOCIAL DEL SOLICITANTE

**IDENTIFICACIÓN DEL SOLICITANTE**

D.N.I.	R.U.C.	APPELLIDOS Y NOMBRES – RAZÓN SOCIAL DEL SOLICITANTE		
TELÉFONO(S) FIJO(S)		TELÉFONO(S) MÓVIL(ES)	FAX(ES)	
CORREO(S) ELECTRÓNICO(S)				

**DOMICILIO FISCAL DEL SOLICITANTE**

COD. POSTAL	DISTRITO	CENTRO POBLADO							
DIRECCIÓN DEL DOMICILIO FISCAL DEL CONTRIBUYENTE									
CDRA.	Nº	BLOCK	EDIFICIO	DPTO.	INT.	TIENDA	MZ.	LT.	SUB LT.

QUE EN EL CUMPLIMIENTO DEL DECRETO LEY Nº 19358 Y SUS MODIFICACIONES D.L. Nº 402 J.D.L. Nº 735 "LEY DEL SISTEMA NACIONAL DE DEFENSA CIVIL Y EN CONCORDANCIA CON LA LEY ORGANICA DE MUNICIPALIDADES Nº 27972 ART. 78 y 79, SOLICITO A UD. SE SIRVA DISPONER A QUIEN CORRESPONDA LA REALIZACIÓN DE UNA INSPECCION TÉCNICA DE SEGURIDAD EN DEFENSA CIVIL A NIVEL BÁSICO, EN MI LOCAL UBICADO EN:

**DATOS DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL A INSPECCIONAR:**

COD. POSTAL	DISTRITO	CENTRO POBLADO						
DIRECCIÓN DEL LOCAL COMERCIAL								
CDRA.	Nº	EDIFICIO	DPTO.	INT.	TIENDA	MZ.	LT.	AREA OCUPADA
RAZÓN SOCIAL								
GIRO SOLICITADO								

POR LO EXPUESTO:  
SOLICITO A UD. QUE SIRVA ATENDER MI PETICIÓN.

NOTA:  
COORDINAR CON LA OFICINA DE DEFENSA CIVIL LA INSPECCION CORRESPONDIENTE, PLAZO MAXIMO DE 15 DÍAS, CASO CONTRARIO EL EXPEDIENTE PASARA AL ARCHIVO.

\_\_\_\_\_  
FIRMA DEL CONTRIBUYENTE O REPRESENT.  
LOS OLIVOS ..... DE ..... DE 20

## ANEXO 8 Modelo de contrato de trabajo de naturaleza temporal por inicio o incremento de nueva actividad

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “Contrato por inicio o incremento de actividad” que celebran al amparo del Art. 57° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR y normas complementarias, de una parte (1)....., con R.U.C. N°.....y domicilio fiscal en ....., debidamente representada por el señor (2) .....con D.N.I. N°....., a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte don (3).....; con D.N.I. N°....., domiciliado en.....a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO: EL EMPLEADOR (4) .....requiere cubrir las necesidades (colocar la justificación del uso de esta modalidad)

SEGUNDO: Por el presente documento EL EMPLEADOR contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR quien desempeñará el cargo de (5)....., en relación con las causas objetivas señaladas en la cláusula anterior.

TERCERO: El plazo de duración del presente contrato es de.....(máximo tres años), y rige desde el .....del 20., fecha en que debe empezar sus labores EL TRABAJADOR hasta el ....de .....del 20., fecha en que termina el contrato.

CUARTO: EL TRABAJADOR estará sujeto a un período de prueba de tres meses, la misma que inicia el ....de ..... del 20.. y concluye el.....de.....del 20...

QUINTO: EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente: De lunes a..... de.....horas a..... horas.

SEXTO: EL TRABAJADOR deberá cumplir con las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento interno de Trabajo (en caso cuente con uno debidamente registrado ante la AAT) y en las demás normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art. 9° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR.

SETIMO: EL EMPLEADOR abonará al TRABAJADOR la cantidad de S/.....como remuneración mensual, de la cual se deducirá las aportaciones y descuentos por tributos establecidos en la ley que le resulten de aplicación.

OCTAVO: Queda entendido que EL EMPLEADOR no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme la cláusula tercera, oportunidad en la cual se abonara al TRABAJADOR los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo a ley.

NOVENO: Este contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el TUO del D. Leg. N° 728 aprobado por D. S. N° 003-97-TR Ley de Productividad y Competitividad Laboral, y demás normas legales que lo regulen o que sean dictadas durante la vigencia del contrato. Como muestra de conformidad con todas las cláusulas del presente contrato firman las partes, por triplicado a los.....días del mes de.....del año 20...

-----  
EL EMPLEADOR

-----  
EL TRABAJADOR

## ANEXO 9 Modelo de contrato de trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “contrato intermitente”

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “Contrato intermitente”, que celebran al amparo del Art. 64° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97TR y normas complementarias, de una parte (1)....., con R.U.C. N° ..... y domicilio fiscal en ....., debidamente representada por el señor (2)....., con D.N.I. N° ....., a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte (3)....., con D.N.I. N°....., domiciliado en ....., a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO: EL EMPLEADOR (4).....

SEGUNDO: Por el presente documento EL EMPLEADOR, contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR que desempeñará el cargo de (5)....., en relación con el objeto señalado cláusula anterior.

TERCERO: El presente contrato tiene un plazo de duración de .... meses, el mismo que regirá a partir del ... de .....del 20.., fecha en que EL TRABAJADOR debe empezar sus labores, hasta el ... de ..... del 20.., fecha en que termina el contrato.

CUARTO: EL TRABAJADOR estará sujeto a un período de prueba de tres meses, la misma que inicia el...de.....del 2013 y concluye el....de.....del 20....

QUINTO: Dada la naturaleza de la contratación y en aplicación del art. 65° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 00397-TR, el EMPLEADOR requerirá de los servicios de EL TRABAJADOR y para el mismo fin durante .....

SEXTO: EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente: De lunes a.....de.....horas a .....horas.

SETIMO: EL TRABAJADOR deberá cumplir las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento Interno de Trabajo (en caso cuente con uno debidamente registrado ante la AAT) y en las demás normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art.9° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97TR.

OCTAVO: EL EMPLEADOR abonará al TRABAJADOR la cantidad de S/.....como remuneración mensual, de la cual se deducirá las aportaciones y descuentos por tributos establecidos en la ley que le resulten aplicables.

NOVENO: Queda entendido que EL EMPLEADOR no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme la cláusula tercera, oportunidad en la cual se abonará al TRABAJADOR los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo a ley.

DECIMO: Este contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el TUO del D. Leg. N° 789 aprobado por D. S. N° 003-97-TR Ley de Productividad y Competitividad Laboral, y demás normas legales que lo regulen o que sean dictadas durante la vigencia del contrato. Conforme con todas las cláusulas, las partes firman el presente contrato, por triplicado a los....días del mes de.....del año 20...

-----