



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

**EXPORTACIÓN DE HOJAS SECAS DE GUANÁBANA
ORGÁNICA COMO PRODUCTO NATURAL Y ANTIOXIDANTE AL
MERCADO DE MIAMI – FLORIDA ESTADOS UNIDOS**

PRESENTADA POR

NOELIA VANESSA ARELLANO MEDINA

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

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

LIMA – PERÚ

2017



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

La autora permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

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



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

PLAN DE NEGOCIOS

**EXPORTACIÓN DE HOJAS SECAS DE GUANÁBANA ORGÁNICA
COMO PRODUCTO NATURAL Y**

**ANTIOXIDANTE AL MERCADO DE MIAMI – FLORIDA ESTADOS
UNIDOS**

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

PRESENTADO POR:

NOELIA VANESSA ARELLANO MEDINA

LIMA, PERÚ

2017

DEDICATORIA

El plan de investigación se la dedico a Dios por haber estado conmigo en cada paso que doy, por ser mi soporte y mi fuerza de vida, de igual manera la dedico con todo mi amor y cariño a mi familia; a mi novio Jorge por su amor y por impedir que me rinda ante las metas que nos da la vida y así mismo dedico este plan a mi amiga Cinthya Mori R. que ahora se encuentra en el cielo cuidándome y dándome fortalezas para seguir adelante ,decirle que siempre la llevo en mis pensamientos con muchas alegrías.
Para todos ellos va esta dedicatoria.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a dios por protegerme durante todo mi camino, a mi madre, quien a lo largo de mi vida ha velado por mi bienestar y educación, por todo el sacrificio puesto para que yo pueda estudiar siendo mi apoyo en todo momento, a mi padre quien con sus palabras de aliento no me dejaba caer para que siguiera adelante, a mis hermanos por apoyarme en cada paso que doy, por su apoyo incondicional y su paciencia ,a mi novio Jorge por involucrarse para realizar este proyecto , a mi adorada amiga Cinthya Mori R. quien durante mi carrera universitaria siempre estuvo apoyándome y aconsejándome gracias por tu amistad incondicional, a mis amigos por todos los momento que pasamos juntos, por las tareas que juntos realizamos y por la confianza que en mi depositaron.

Muchas gracias a todos.

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| DEDICATORIA..... | 2 |
| AGRADECIMIENTO..... | 3 |
| | 3 |
| RESUMEN EJECUTIVO | 2 |
| 1. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES..... | 4 |
| 1.1. Nombre o Razón Social..... | 4 |
| 1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)..... | 5 |
| 1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial | 6 |
| 1.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha..... | 11 |
| 1.5. Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa, características..... | 14 |
| 1.6. Estructura Orgánica..... | 15 |
| 1.7. Cuadro de Asignación de personal..... | 17 |
| 1.8. Forma Jurídica Empresarial..... | 19 |
| 1.9. Registro de Marca y Procedimiento de Indecopi..... | 23 |
| 1.10. Requisitos y Trámites Municipales | 24 |
| 1.11. Régimen Tributario Procedimiento desde la Obtención del RUC y Modalidades | 26 |
| 1.12. Registro de Planillas Electrónicas (PLAME)..... | 27 |
| 1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral..... | 28 |
| 1.14. Modalidades de Contratos Laborales | 30 |
| 1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas | 30 |
| 2. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL..... | 32 |
| 2.1. Descripción del producto..... | 32 |
| 2.1.1. Clasificación arancelaria..... | 32 |
| 2.1.2. Propuesta de Valor..... | 33 |
| 2.1.3. Ficha Técnica Comercial | 34 |
| 2.2. Investigación del Mercado Objetivo | 35 |
| 2.2.1. Segmentación de mercado objetivo | 35 |
| 2.2.2. Tendencias de consumo..... | 42 |
| 2.3. Análisis de la Oferta y la Demanda..... | 47 |
| 2.3.1. Análisis de la oferta | 47 |

| | | |
|-------|---|----|
| 2.3.2 | Análisis de la demanda..... | 53 |
| 2.4 | Estrategias de Ventas y Distribución..... | 55 |
| 2.4.1 | Estrategias de segmentación..... | 55 |
| 2.4.2 | Estrategias de posicionamiento | 55 |
| 2.4.3 | Estrategias de distribución..... | 56 |
| 2.5 | Estrategias de Promoción | 56 |
| | Propuesta de valor con uso de e- commerce..... | 58 |
| | Estrategia de internacionalización | 59 |
| 3 | PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL..... | 60 |
| 3.1 | Envases, empaques y embalajes | 60 |
| 3.2 | Diseño del rotulado y marcado..... | 66 |
| 3.2.1 | Diseño del rotulado..... | 66 |
| 3.2.2 | Diseño del marcado | 66 |
| 3.3 | Unitarización y cubicaje de la carga..... | 67 |
| 3.4 | Cadena de DFI de exportación | 69 |
| 4. | PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL..... | 74 |
| 4.1 | Fijación de precios..... | 74 |
| 4.1.1 | Costos y precio | 74 |
| 4.1.2 | Cotización internacional | 77 |
| 4.2 | Contrato de compra y venta internacionales y sus documentos | 78 |
| 4.3 | Elección aplicación del Incoterm | 78 |
| 4.4 | Determinación del medio de pago y cobro..... | 78 |
| 4.5 | Elección del régimen de exportación..... | 82 |
| 4.6 | Gestión aduanera del comercio internacional..... | 82 |
| 4.7 | Gestión de operaciones de exportación: Flujo grama..... | 85 |
| 5. | PLAN ECONÓMICO FINANCIERO | 86 |
| 5.1 | Inversión Fija..... | 86 |
| 5.1.1 | Activos Tangibles | 86 |
| 5.1.2 | Activos Intangibles | 86 |
| 5.2 | Capital de Trabajo | 87 |
| 5.3 | Inversión Total | 87 |

| | | |
|--------|---|-----|
| 5.4 | Estructura de Inversión y Financiamiento | 88 |
| 5.5 | Fuentes financieras y condiciones de crédito | 89 |
| 5.6 | Presupuesto de Costos | 89 |
| 5.7 | Punto de Equilibrio..... | 91 |
| 5.8 | Presupuesto de ingresos..... | 92 |
| 5.9 | Presupuesto de egresos | 93 |
| 5.10 | Flujo de caja proyectado..... | 93 |
| 5.11 | Estado de Ganancias y Pérdida..... | 94 |
| 5.12 | Evaluación de la Inversión | 96 |
| 5.12.1 | Evaluación Económica | 96 |
| 5.12.2 | Evaluación Financiera | 98 |
| 5.12.3 | Evaluación Social | 99 |
| 5.12.4 | Impacto Ambiental | 99 |
| 5.13 | Evaluación de costo oportunidad de capital de trabajo | 100 |
| 5.14 | Cuadro de riesgo del tipo de cambio | 101 |
| 5. | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 102 |
| 5.1 | Conclusiones | 102 |
| 5.2 | Recomendaciones..... | 103 |
| | REFERENCIAS | 104 |
| | Bibliografía..... | 104 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura N° 1. Estructura jerárquica de la CIU..... | 6 |
| Figura N° 2. Mapa de ubicación de la empresa..... | 10 |
| Figura N° 3. Diseño Organizacional | 15 |
| Figura N° 4. Concepto de Renta de Quinta Categoría | 17 |
| Figura N° 5. Planilla de remuneraciones de Hanpi Qora S.A.C | 18 |
| Figura N° 6. Planilla Electrónica..... | 27 |
| Figura N° 7. Planilla Electrónica Obligados | 28 |
| Figura N° 8. Diferencia de Régimen Laboral..... | 29 |
| Figura N° 9. Aplicación del Régimen Laboral..... | 29 |
| Figura N° 10. Principales 10 países Importadores | 36 |
| Figura N° 11. Principales 10 países Exportadores | 36 |
| Figura N° 12. Población por estados y condados en EEUU | 41 |
| Figura N° 13. Estadística de la población de Miami – Florida | 41 |
| Figura N° 14. Los diez principales estados con negocios de alimentos naturales (2008).. | 44 |
| Figura N° 15. Lista de mercados importadores para un producto exportado por Perú | 48 |
| Figura N° 16. La exportación de Plantas Medicinales | 49 |
| Figura N° 17. Exportación plantas y Semillas Medicina | 49 |
| Figura N° 18. Plantas Medicinales y de Perfumería exportadas | 50 |
| Figura N° 19. Principales Empresas Exportadoras | 50 |
| Figura N° 20. Principales Mercados..... | 51 |

| | |
|---|----|
| Figura N° 21. Precios FOB Referenciales en Kilogramos (US\$/KGR)..... | 51 |
| Figura N° 22. Natural products expo west 2016 | 57 |
| Figura N° 23. Natural products expo west 2016 | 57 |
| Figura N° 24. Imagen referencial de envase primario..... | 60 |
| Figura N° 25. Imagen referencial de envase. | 61 |
| Figura N° 26. Diseño de caja – modelo referencial | 63 |
| Figura N° 27. Guía de Etiquetado de Alimentos..... | 64 |
| Figura N° 28. Etiquetado de Hoja de Guanábana | 65 |
| Figura N° 29. Marcado y rotulado de las cajas para exportación al EE.UU | 66 |
| Figura N° 30. Flujo de proceso productivo de las infusiones de hojas de guanábana. | 69 |
| Figura N° 31. Proceso logístico de exportación de las infusiones de Guanábana..... | 72 |
| Figura N° 32. Precios de Distribuidores 2017..... | 75 |
| Figura N° 33. Precios de Distribuidores 2017..... | 75 |
| Figura N° 34. Precios de Distribuidores 2017..... | 76 |
| Figura N° 35. Precios de Distribuidores 2017..... | 76 |
| Figura N° 36. Características de relación entre Exportador e importador | 79 |
| Figura N° 37. Flujo de la carta de crédito de exportación..... | 81 |
| Figura N° 38. Proceso de exportación definitiva | 84 |
| Figura N° 39. Flujo de exportador..... | 85 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla N° 1. Evaluación de distritos alternativos | 9 |
| Tabla N° 2. Criterios de Evaluación..... | 10 |
| Tabla N° 3. Costo Alquiler del Local..... | 11 |
| Tabla N° 4. Características según clasificación de empresa | 14 |
| Tabla N° 5. Descripción de funciones..... | 16 |
| Tabla N° 6. Sección y capítulo de la clasificación Arancelaria 1211.90.90.99 | 32 |
| Tabla N° 7. Gravámenes Vigentes | 32 |
| Tabla N° 8. Gravámenes Vigentes | 33 |
| Tabla N° 9. Ficha Técnica Comercial | 34 |
| Tabla N° 10. Principales importadores de la partida 121190..... | 37 |
| Tabla N° 11. Matriz de selección de mercados | 38 |
| Tabla N° 12. Análisis de los posibles mercados | 39 |
| Tabla N° 13. Ficha país de EE.UU..... | 40 |
| Tabla N° 14. Calculo de Mercado Objetivo | 42 |
| Tabla N° 15. Lista de distribuidores de productos naturistas..... | 46 |
| Tabla N° 16. Lista de los exportadores para el producto seleccionado..... | 48 |
| Tabla N° 17. Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Estados Unidos de América Producto: 121190 (miles dólares \$)..... | 53 |
| Tabla N° 18. Histórico de las exportaciones peruanas de la partida 1211909099 | 54 |

| | |
|---|----|
| Tabla N° 19. Pronóstico con regresión lineal..... | 54 |
| Tabla N° 20. Ventas pronosticadas con método regresión lineal..... | 55 |
| Tabla N° 21. Proyección del Target | 67 |
| Tabla N° 22. Unitarización y contenedorización de la carga | 68 |
| Tabla N° 23. Tercerización de la producción y envasado del producto..... | 71 |
| Tabla N° 24. Costos logísticos en la cadena de distribución internacional (Costo en Exw) | 73 |
| Tabla N° 25. Matriz de Costos directos | 74 |
| Tabla N° 26. Cotización de la infusión de la hoja de guanábana orgánica. | 77 |
| Tabla N° 27. Comisiones Bancarias para la carta de crédito de Exportación | 80 |
| Tabla N° 28. Inversión en activos tangibles..... | 86 |
| Tabla N° 29. Inversión en activos intangibles..... | 87 |
| Tabla N° 30. Inversiones de Capital de trabajo..... | 87 |
| Tabla N° 31. Inversión total | 88 |
| Tabla N° 32. Estructura de Inversión Financiamiento | 88 |
| Tabla N° 33. Estructura de Financiamiento | 89 |
| Tabla N° 34. Evaluación de fuentes de financiamiento | 89 |
| Tabla N° 35. Costo de los Insumos | 90 |
| Tabla N° 36. Costo de la DFI - Costos Operacionales..... | 90 |
| Tabla N° 37. Costos Administrativos..... | 91 |
| Tabla N° 38. Costo de Servicios Básicos | 91 |

| | |
|---|-----|
| Tabla N° 39. Calculo de Precio | 91 |
| Tabla N° 40. Punto de equilibrio..... | 92 |
| Tabla N° 41. Ingresos por giro de negocio..... | 92 |
| Tabla N° 42. Presupuesto total de egresos. Expresados en dólares americanos USD | 93 |
| Tabla N° 43. Flujo de caja proyectado | 94 |
| Tabla N° 44. Estado de ganancias y perdidas | 95 |
| Tabla N° 45. Informe de flujo financiero | 96 |
| Tabla N° 46. Valor actual neto económico | 97 |
| Tabla N° 47. Valor actual neto financiero..... | 98 |
| Tabla N° 48. Costo de capital propio | 100 |
| Tabla N° 49. Costo promedio ponderado de capital | 100 |
| Tabla N° 50. Cuadro de riesgo del tipo de cambio | 101 |

INTRODUCCIÓN

El presente plan de exportación tiene como finalidad determinar la viabilidad y factibilidad de la exportación de las infusiones orgánicas de hojas de guanábana al mercado estadounidense.

El plan de exportación se presenta en cinco capítulos:

El primer capítulo corresponde a la organización y aspectos legales; se describe a la empresa; su razón de ser y sus objetivos; la forma de cómo se administrará; sus aspectos legales y otras características propias de la organización.

En el segundo capítulo se desarrolla el plan de marketing internacional en el cual se realiza la investigación de mercado permitió elegir el país de destino EE.UU y el análisis de la oferta y demanda arrojó las proyecciones del mercado objetivo en un periodo de cinco años. Asimismo, se explican las estrategias más adecuadas para la promoción del producto en el extranjero.

El tercer capítulo describe el plan de logística internacional; con el enfoque centrado en la cadena de distribución física; se indica el envase, diseño y la etiqueta a utilizar según los requerimientos al mercado europeo. La unitarización también se desarrolla en este punto según las medidas de las unidades de carga.

En el cuarto capítulo, se incluye los aspectos del comercio exterior como la fijación de precios, el INCOTERM, la determinación del medio de pago y el procedimiento de la exportación.

Finalmente, el quinto capítulo corresponde al plan financiero donde se indica la inversión en los activos y capital de trabajo, el cálculo del financiamiento; se halla el punto de equilibrio; los flujos y estados financieros. Además de la evaluación social y ambiental también se evalúa los resultados económicos con el análisis de sensibilidad.

RESUMEN EJECUTIVO

HANPI QORA como empresa posee como producto bandera la fabricación de filtrante de hoja de guanábana orgánica de 10 gr. cuidadosamente empaquetada para el comercio en bolsas doy pack de 25 filtrantes el cual tendrá como destino inicial y principal el mercado de EE.UU, siendo este mercado el elegido dentro de una población de 3 países por medio del análisis de mercado.

El producto HANPI QORA se comercializará mediante un distribuidor, quien será nuestro partner estratégico; en el país destino, siendo el principal medio de acceso al mercado objetivo. La empresa participara en las ferias como NATURAL PRODUCTS EXPO WEST-realizada en California. También se utilizará el marketing digital para las negociaciones y la publicidad a fin de poder difundir y hacer conocido el producto dentro de las áreas aledañas de Miami.

Por otro lado, HANPI QORA como empresa se encargará de asegurar la continuidad de acceso a materia prima con asociaciones y/o comunidades campesinas mediante contratos de compra y venta, siendo nuestra compra mínima 3000 Kg.

La agencia encargada de realizar todo tramite y/o proceso aduanero será “Antares Aduanas” con el cual tenemos claro que poseemos experiencia y confiabilidad de los procesos con esta organización. Además, se posee un contacto directo dentro de la empresa.

Asimismo, se asegurará el cumplimiento de toda licencia necesaria para el acceso óptimo al mercado objetivo considerando como principales entes reguladores del producto HANPI QORA como la FDA.

La forma de pago elegida es carta de crédito a la vista confirmada, ya que se busca asegurar el cumplimiento del abono. Considerando que somos nuevos proveedores en el mercado y con la

finalidad de entablar una buena relación con el cliente, el costo de este medio de pago los asume la empresa en el 50%.

Luego, de haber concretado con todo lo anterior se tendrá la información financiera que permite evidenciar la viabilidad del presente plan de exportación, pues para alcanzar la aprobación o viabilidad del proyecto se han considerado análisis de costos fijos los cuales se mantienen en el tiempo se lleve a cabo o no cualquier movimiento dentro de la organización, ya que son indispensables, costos variables son todos los costos que tienden a fluctuar por cualquier variable o factor del mercado, costos operativos son todos los costos que forman parte del proceso productivo por ejemplo materia prima, envases, empaques, embalaje.

Luego de tener claro todos los costos y , además ,los gastos por activos tangibles e intangibles se logra realizar el cálculo de la inversión total anual el cual es \$307,940.29 pero se divide en 35% capital propio y 65% capital financiado.

Posteriormente, se realizó la simulación de proyección del flujo de caja económico y financiero, y estado de resultados integrales a fin de conocer cuál sería la rentabilidad de la organización en la proyección de los 5 años concluyendo con dos variables de gran relevancia el VAN y la TIR, siendo los resultados \$ 388,759.84 y 82% respectivamente ratificando la viabilidad del proyecto.

Finalmente, se debe de considerar que el valor financiero no es el único factor que permite conocer la viabilidad del plan de exportación, pues la evaluación social y ambiental son de igual importancia y la organización HANPI QORA está comprometida con ambos factores tanto el social como el ambiental a fin de impulsarlos más que devaluarlos permitiendo que nuestro producto y organización sean completamente viables en cualquiera de estos criterios de calificación.

1. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

1.1. Nombre o Razón Social

La razón social seleccionada para la empresa es la siguiente:

“HANPI QORA S.A.C”

La elección del nombre de la empresa está en el idioma Quechua, ya que lo hace más representativo y original dado que el producto proviene del Perú, este nombre tiene por significado “Hierba Medicinal”. Asimismo, se consideró el nombre porque busca, mejorar y mantener la salud de las personas, del mismo modo prevenir determinadas enfermedades como el cáncer.

Se determinó como tipo de empresa S.A.C, ya que esta creada por un reducido número de personas (tener mínimo 2 socios y no más de 20 socios), así también se consideró porque tiene una figura más dinámica y recomendable para una empresa familiar, pequeña o mediana así mismo puede funcionar sin directorio.

Parte de la constitución de la empresa se encuentra regulado un proceso en base a requerimientos y solicitudes a cumplir para la correcta constitución de una organización como persona jurídica.

Entre los requisitos; según (Portal de Servicios al Ciudadano y Empresas, 2017) es fundamental lo siguiente:

- ✓ Hacer una búsqueda de índices en la SUNARP (Registros Públicos), para saber si el nombre que has pensado para tu empresa ya se encuentra registrado.

- ✓ En caso el nombre no se encuentre registrado, solicita una reserva de nombre a la SUNARP. Cuando se haya hecho la reserva te entregarán una Inscripción de reserva de preferencia registral, la cual tiene una vigencia de 30 días calendario.

Luego, se debe dirigir a realizar las siguientes actividades después de poseer la “Reserva”:

- ✓ Título de reserva de preferencia registral.
- ✓ Copia del DNI (actualizado y vigente) o carnet de extranjería de los socios. En caso alguno de los socios sea casado, copia del DNI del cónyuge.
- ✓ Descripción de la actividad económica de la empresa detallada en una hoja de papel.
- ✓ Detalle del aporte de capital. En caso de aporte en bienes: Detalle de los bienes a aportar. (marca, modelo, serie y valor del bien, de acuerdo al formato entregado)

Posterior, a lo indicado se debe resolver la obtención del RUC:

- ✓ Inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) de la SUNAT.
- ✓ Elección del régimen tributario.
- ✓ Obtén al instante tu Clave SOL para trámites por Internet.

1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

La CIIU es una clasificación de actividades cuyo alcance abarca a todas las actividades económicas, las cuales se refieren tradicionalmente a las actividades productivas, es decir, aquellas que producen bienes y servicios, tal como se reconoce en el Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) y en la Clasificación Central de Productos (CPC).

El propósito principal de la CIIU es ofrecer un conjunto de categorías de actividades productivas que se pueda utilizar cuando se diferencian las estadísticas de acuerdo con esas actividades.

Como lo que se pretende con muchas estadísticas es estudiar el comportamiento de las entidades económicas, es preciso que los datos necesarios para dichas estadísticas se recopilen respecto de los distintos agentes de la economía. (INEI, 2010)

En este caso para la empresa la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) correcta es la siguiente:



Figura N° 1. Estructura jerárquica de la CIIU

Fuente: Elaboración Propia

1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

La licencia de funcionamiento es la autorización que otorgan las municipalidades para el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento determinado, en favor del titular de las mismas. Pueden otorgarse licencias que incluyan más de un giro, siempre que estos sean afines o complementarios entre sí. Las municipalidades, mediante ordenanza, para el ámbito de su circunscripción, deben definir los giros afines o complementarios entre sí de acuerdo a lineamientos que para tal fin establezca el Ministerio de la Producción.

En el caso de que los sujetos obligados a obtener licencia de funcionamiento desarrollen actividades en más de un establecimiento, deben obtener una licencia para cada uno de los mismos. (El Peruano, 2016)

Requisitos para solicitar la licencia de funcionamiento:

Para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento serán exigibles como máximo, los siguientes requisitos:

- a) Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de Declaración Jurada, que incluya:
 1. Tratándose de personas jurídicas u otros entes colectivos: su número de RUC y el número de DNI o Carné de Extranjería de su representante legal.
 2. Tratándose de personas naturales: su número de RUC y el número DNI o Carné de Extranjería, y el número de DNI o Carné de Extranjería del representante en caso actúen mediante representación.
- b) En el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos, Declaración Jurada del representante legal o apoderado señalando que su poder se encuentra vigente, consignando el número de Partida Electrónica y asiento de inscripción en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP). Tratándose de representación de personas naturales, adjuntar carta poder simple firmada por el poderdante indicando de manera obligatoria su número de documento de identidad, salvo que se trate de apoderados con poder inscrito en SUNARP, en

cuyo caso basta una Declaración Jurada en los mismos términos establecidos para personas jurídicas.

- c) Declaración Jurada del cumplimiento de las condiciones de seguridad en la edificación para edificaciones calificadas con riesgo bajo o medio. Para el caso de edificaciones con riesgo alto o muy alto, adjuntar la documentación señalada en el Reglamento de Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones.

En el caso que se haya emitido informe favorable respecto de las condiciones de seguridad de la edificación y no el correspondiente certificado de inspección técnica de seguridad en edificaciones en el plazo de tres (3) días hábiles de finalizada la diligencia de inspección, el administrado se encuentra facultado a solicitar la emisión de la licencia de funcionamiento, siempre que se cumplan con los otros requisitos señalados en la presente Ley. En tal caso, es obligación del funcionario competente de la Municipalidad emitir la licencia de funcionamiento, bajo responsabilidad.

- d) Requisitos especiales; en los supuestos que a continuación se indican, son exigibles los siguientes requisitos:
- ✓ Declaración jurada de contar con título profesional vigente y encontrarse habilitado por el colegio profesional correspondiente, en el caso de servicios relacionados con la salud.
 - ✓ Declaración Jurada de contar con el número de estacionamientos exigible, de conformidad con el artículo 9-A de la presente Ley.

- ✓ Declaración jurada de contar con la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que conforme a Ley la requieran de manera previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento.
- ✓ Cuando se trate de un inmueble declarado Monumento integrante del Patrimonio Cultural de la Nación, presentar copia simple de la autorización expedida por el Ministerio de Cultura, conforme a la Ley 28296, Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación, excepto en los casos en que el Ministerio de Cultura haya participado en las etapas de remodelación y monitoreo de ejecución de obras previas inmediatas a la solicitud de la licencia del local. La exigencia de la autorización del Ministerio de Cultura para otorgar licencias de funcionamiento se aplica exclusivamente para los inmuebles declarados Monumentos integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación.

Verificados los requisitos señalados, se procederá al pago de la Tasa de acuerdo a lo previsto en el artículo 15 de esta Ley”. (El Peruano, 2016)

Para el plan de negocios se ha contemplado 3 distritos como alternativas para domicilio fiscal:

Tabla N° 1. Evaluación de distritos alternativos

| Alternativa | Distrito |
|-------------|---------------|
| A | Ate – Vitarte |
| B | Los Olivos |
| C | San Luis |

Fuente y elaboración propia.

Los criterios de la evaluación de los distritos, se evaluara de una calificación de 1 a 5, siendo; 1: Mala, 2: Regular, 3: Bueno, 4: Muy bueno y 5: excelente.

Tabla N° 2. Criterios de Evaluación

| <i>Criterios</i> | <i>A</i> | <i>B</i> | <i>C</i> |
|--|-----------|-----------|-----------|
| Vías de comunicación, ubicación que permita el fácil acceso y disponibilidad de medios de transporte | 4 | 4 | 2 |
| Dimensionamiento del Área m ² | 4 | 3 | 4 |
| Permisos y licencias de Funcionamiento | 5 | 3 | 3 |
| Régimen del local , duración del contrato, mensualidades | 4 | 2 | 3 |
| Proximidad a los proveedores de insumos | 4 | 4 | 2 |
| Servicios públicos y privados idóneos tales como luz, agua, drenaje y combustibles, entre otros | 5 | 3 | 2 |
| Puntuación | 26 | 19 | 16 |

Fuente y elaboración propia.

Analizando los criterios y los resultados obtenidos, se evaluó los distritos escogidos como domicilio fiscal, la ubicación más factible para la empresa es el local ubicado en Ate.

El domicilio fiscal de “HANPI QORA S.A.C” está ubicada en el distrito de “Ate” en la Av. Capitán Carmona nro. 224 urb. Industrial Vulcano.

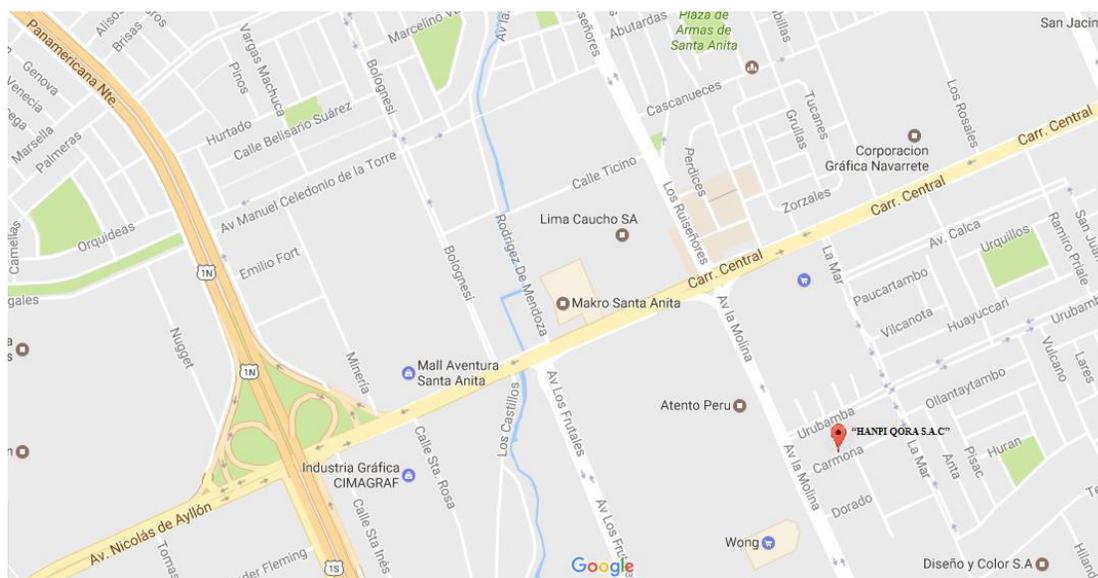


Figura N° 2. Mapa de ubicación de la empresa
Fuente: Google Maps Perú (2017)

Se escogió el lugar, ya que la ubicación de la empresa es la zona industrial de Ate, así mismo tiene muchas rutas de accesos, facilidades de documentación y permisos de parte de la Municipalidad de Ate.

La elección de la ubicación se basó en los siguientes criterios:

- ✓ Tamaño: aproximadamente 60m² para la ubicación de los equipos y muebles de la oficina.
- ✓ Calidad: referido a un local con infraestructura optima que permita un adecuado ambiente de trabajo.
- ✓ Permiso y precio: la ubicación del local en una zona que permita la comercialización de tal forma que se obtengan con facilidad los permisos y autorizaciones de la municipalidad considerando un precio económico.

El local tiene 60 metros cuadrados, el espacio es amplio lo cual permite tener una área administrativa óptimo.

Tabla N° 3. Costo Alquiler del Local

| DESCRIPCION | COSTO MENSUAL S/. |
|---|-------------------|
| Servicio de Alquiler de Local 60 m ² | S/. 600.00 |

Fuente y elaboración propia.

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

Los valores y principios reflejan cuáles son nuestras aspiraciones y qué tipo de empresa queremos ser.

MISIÓN

HANPI QORA, empresa peruana comercializadora de productos naturales derivados de la guanábana, con gran espíritu innovador, que ofrece productos de alta calidad, siempre orientados

a satisfacer las necesidades y mejorar la calidad de vida de nuestros consumidores.”

VISIÓN

HANPI QORA, tiene como objetivo ser reconocidos como la empresa peruana comercializadora de productos naturales derivados de la guanábana, cumpliendo con un adecuado aprovechamiento de los recursos naturales, que consolide su participación en el mercado de Miami – Florida y al mismo tiempo ingresar a los mercados internacionales más importantes.

VALORES

HANPI QORA S.A.C, consideró desde el inicio trabajar en conjunto con la población de las diversas comunidades del Perú, promoviendo diferentes proyectos en coordinación con las autoridades.

Respeto y compromiso con prácticas empresariales medioambientalmente sostenibles que protejan a las generaciones futuras.

Constancia, actitud creativa y positiva. Nuestra clave para llegar al éxito.

Calidad, la más alta exigencia en cada uno de nuestros productos y servicios, para satisfacer y superar las expectativas de nuestros clientes.

Compromiso al escuchar necesidades de nuestros clientes, proveedores, distribuidores y equipo de trabajo para llegar a la mejora constante de nuestros productos y servicios.

OBJETIVOS

En HANPI QORA S.A.C, brindamos productos de alta calidad buscando la satisfacción de las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

Objetivos Generales:

- ✓ Creación de Valor Compartido como la forma fundamental de hacer negocios.
Para crear valor de largo plazo para los accionistas debemos crear valor para la sociedad.
- ✓ Enfoque en el desarrollo del negocio a largo plazo sin perder de vista la necesidad de obtener continuamente resultados sólidos para nuestros accionistas.

Objetivos Específicos:

- ✓ Marcar la diferencia en todo lo que hacemos gracias a la pasión por ganar y a la creación de brechas respecto de nuestros competidores con disciplina, rapidez y una ejecución sin errores.
- ✓ Entregar oportunamente los productos comercializados por la empresa en óptimas condiciones.

PRINCIPIOS

- ✓ Compromiso con la calidad: la organización busca mantener y formar permanentemente productos de alta calidad atendiendo necesidades nutricionales de nuestros clientes.
- ✓ Orientación a la sociedad: creemos que nuestros clientes y colaboradores son esenciales para el crecimiento de la empresa; por eso cuidamos la naturaleza y desarrollo de los empleados.
- ✓ Compromiso con accionistas: velamos por una rentabilidad estable que garantice y operaciones a lo largo del periodo.

1.5. Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa, características.

La empresa “HANPI QORA S.A.C.” pertenece a la ley MIPYME, la cual está vigente desde el 02 de Julio de 2013, la empresa está considerada dentro de la “Pequeña Empresa” así mismo considerando las características impuestas por el ente regulatorio.

Tabla N° 4. Características según clasificación de empresa

| | Micro empresa | Pequeña empresa | Mediana empresa |
|-------------------------------------|---------------|---------------------|-----------------------|
| UIT (Valor : 4050) | ≤ 150 | >150 - ≤ 1700 | >1700 - ≤ 2300 |
| S/. | 607,500 | 607,500 – 6,885,000 | 6,885,000 – 9,315,000 |

Fuente: (SUNAT, MYPES, REGIMEN TRIBUTARIO, 2017)

Elaboración: Propia

Asimismo, se estableció el tipo de empresa como “Sociedad Anónima Cerrada (SAC)” ya que se tomó la decisión de solo considerar dos (02) accionistas, el cual se encuentra dentro de los rangos dispuestos por este tipo de sociedad. Además, este tipo de sociedad permite trabajar sin un directorio ni manejar un mercado de valores.

Por otro lado, el manejar una sociedad como la aplicada a este plan de negocio es más recomendable, pues se ajusta para las MIPYME por tener una figura más dinámica; esto según Carmen Chasseloup, analista legal de la Sociedad Nacional de Industrias. (El Portal de los Emprendedores (PQS), 2014)

1.6. Estructura Orgánica

El organigrama es la representación gráfica y esquemática de la estructura organizacional en la que se muestran las relaciones que guardan entre si los órganos que la componen. (Brambila, 2012)

Se ha escogido un organigrama funcional por el poco tiempo de vida que la empresa lleva en el mercado pues se busca la especialización en cada una de las tareas y la fácil supervisión de tareas.

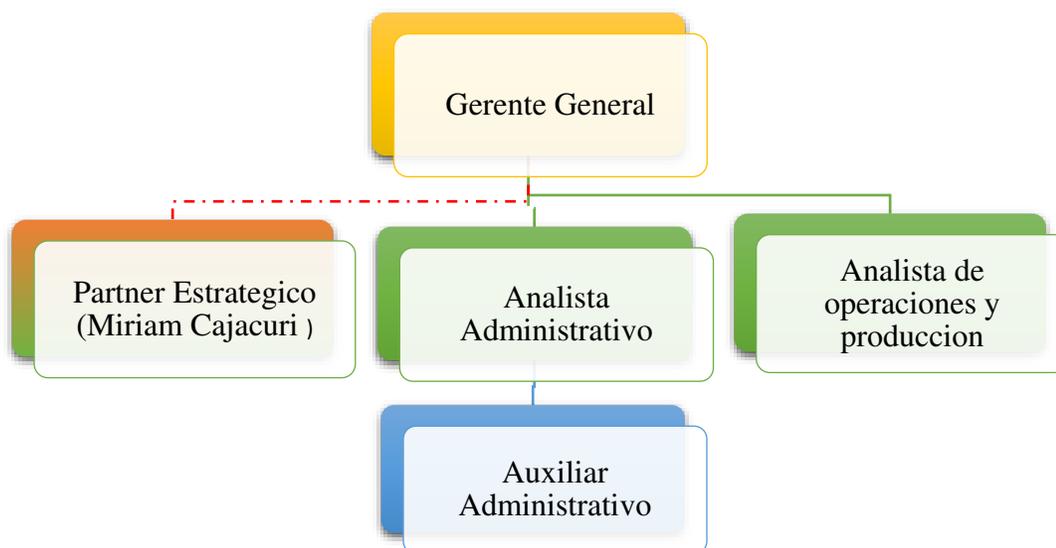


Figura N° 3. Diseño Organizacional
Elaboración Propia

Tabla N° 5. Descripción de funciones

| <u>Cargo</u> | <u>Funciones</u> | <u>Toma de Decisiones</u> |
|--|--|---------------------------|
| <p>Gerente General</p> <p>Representante legal de la empresa, responsable y encargado de administrar la empresa en conjunto.</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ejecutar las disposiciones del directorio. ✓ Asegurar la estabilidad de la organización. ✓ Promover la inserción de nuevas políticas y estándares de trabajo. ✓ Asegurar la continuidad del ciclo económico de la organización. ✓ Cumplimiento de objetivos a largo plazo. ✓ Seguimiento de cumplimiento de objetivos a corto y mediano plazo por área. ✓ Mejora continua en los procesos de la organización enfocada en el crecimiento continuo. ✓ Supervisión de Manejo de Cuentas corrientes (Pago a proveedores). | Toda la Organización. |
| <p>Analista Administrador</p> <p>Encargado de promover la imagen de la corporación</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Seguimiento a todos los procesos administrativos necesarios para la organización. ✓ Control de planilla. ✓ Control y seguimiento de las cuentas por pagar y cobrar. ✓ Facturación a clientes del exterior. ✓ Generación de O/C y registro de facturas de compra. ✓ Manejo de Caja Chica. | Administrativa |
| <p>Analista de Operaciones y Producción</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Optimizar los ciclos de producción. ✓ Monitorear a las empresas procesadoras buscando el mejoramiento de la fabricación de infusiones. ✓ Maximizar los recursos actuales de la organización para el cumplimiento de los objetivos. ✓ Velar por la continuidad del ciclo de envasado y empaquetado del producto. ✓ Control de calidad del producto. ✓ Seguimiento a la materia prima por recibir. ✓ Responsable del cumplimiento del pedido. | Operacional |
| <p>Auxiliar Administrativo</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recepción de documentos. ✓ Atender llamadas telefónicas. ✓ Archivo de documentos. ✓ Entre otras tareas encomendadas. | Ninguna |

Fuente y elaboración Propia

1.7. Cuadro de Asignación de personal

A continuación, se brinda información del concepto de rentas de quinta categoría:

| INGRESOS AFECTOS | EJEMPLOS |
|---|--|
| El trabajo personal prestado en relación de dependencia, incluidos cargos públicos, electivos o no, como sueldos, salarios, asignaciones, emolumentos, primas, dietas, gratificaciones, bonificaciones, aguinaldos, comisiones, compensaciones en dinero o en especie, gastos de representación y, en general, toda retribución por servicios personales. | La remuneración de: - Una vendedora en una tienda de ropa. - Un obrero calificado en una fábrica textil. - Un barman en un restaurante. - Un conductor de buses interprovinciales. - Un cajero de entidad financiera. |
| Participaciones de los trabajadores, ya sea que provengan de las asignaciones anuales o de cualquier otro beneficio otorgado en sustitución de aquellas. | El monto por concepto de participación de utilidades que se paga a un empleado en una empresa minera. |
| Los ingresos provenientes de cooperativas de trabajo que perciban los socios. | El ingreso de un socio de una cooperativa de este tipo destacado en labores administrativas. |
| Los ingresos obtenidos por el trabajo prestado en forma independiente con contratos de prestación de servicios normados por la legislación civil, cuando el servicio sea prestado en el lugar y horario designado por el empleador y éste le proporcione los elementos de trabajo y asuma los gastos que la prestación del servicio demanda. | La retribución cobrada por una persona contratada por una empresa comercial para que construya un depósito, fijándole un horario y proporcionándole los elementos de trabajo y asumiendo la empresa los gastos que la prestación del servicio demanda. |
| Los ingresos obtenidos por la prestación de servicios considerados como Renta de Cuarta Categoría, efectuados para un contratante con el cual se mantenga simultáneamente una relación laboral de dependencia; es decir, cuando reciba adicionalmente Rentas de Quinta Categoría del mismo empleador. | El monto pagado a un obrero de producción de una fábrica metal-mecánica por reparar una caldera. |

Figura N° 4. Concepto de Renta de Quinta Categoría

Fuente: (SUNAT, 2017)

En la organización se llevará a cabo la aplicación del sueldo del personal, quedando clara la estructura de planilla de la siguiente forma:

HANPI QORA S.A.C.
Planilla de Remuneraciones (SOLES S./.)

| Cod. | Nombres y Apellidos | Cargo | AFP | Comision AFP | Asig. Fam | Dias | Sueldo | Asignacion Familiar | T. REM. | SPP | | | | | Total AFP | Renta 5ta. Cat. | Total Descuento | Neto a Pagar | Aportaciones | |
|----------|---------------------|------------------------|-----------|--------------|-----------|------|--------------|---------------------|--------------|-----------|-----------|--------------|------------------------|------------|-----------|-----------------|-----------------|--------------|--------------|--|
| | | | | | | | | | | ONP | F.P | Prima Seguro | Comision x Flujo/Saldo | Essalud | | | | | 9% | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 46579097 | Noelia Arellano M. | Gerente General | Profuturo | Saldo | No | 30 | S/. 2,000.00 | S/. - | S/. 2,000.00 | S/. - | S/.200.00 | S/. 27.20 | S/. 24.00 | S/. 251.20 | -S/. 4.38 | S/.246.83 | S/.1,753.18 | S/. 180.00 | | |
| 45258562 | Jorge Sueldo Ch. | A. Administrador | Integra | Flujo | No | 30 | S/. 1,500.00 | S/. - | S/. 1,500.00 | S/. - | S/.150.00 | S/. 20.40 | S/. 23.25 | S/. 193.65 | S/. - | S/.193.65 | S/.1,306.35 | S/. 135.00 | | |
| 42312322 | Cintha Mori R. | A. de Oper. y Producc. | ONP | | Si | 30 | S/. 1,500.00 | S/. 85.00 | S/. 1,585.00 | S/.206.05 | | | | S/. - | S/. - | S/.206.05 | S/.1,378.95 | S/. 142.65 | | |
| 42677589 | Sandy Quispe A. | Auxi. Administrativo | ONP | | No | 30 | S/. 850.00 | S/. - | S/. 850.00 | S/.110.50 | | | | S/. - | S/. - | S/.110.50 | S/. 739.50 | S/. 76.50 | | |
| | | | | | | | S/. 5,850.00 | S/. 85.00 | S/. 5,935.00 | S/.316.55 | S/.350.00 | S/. 47.60 | S/. 47.25 | S/. 444.85 | -S/. 4.38 | S/.757.03 | S/.5,177.98 | S/. 534.15 | | |

Información Adicional

| Tabla AFP | | | | | | |
|------------------|---------|-----------|---------|-------|-------|-----|
| Concepto/AFP | Integra | Profuturo | Habitat | Prima | ONP | |
| Fondo de Pension | | 10% | 10% | 10% | 10% | 13% |
| Prima Seguro | | 1.36% | 1.36% | 1.36% | 1.36% | |
| Comision x Flujo | | 1.55% | 1.69% | 1.47% | 1.60% | |
| Comision x Saldo | | 1.20% | 1.20% | 1.25% | 1.25% | |

| | | |
|----------------------|----|--------|
| Sueldo Minimo | S/ | 850.00 |
|----------------------|----|--------|

Figura N° 5. Planilla de remuneraciones de Hanpi Qora S.A.C
Fuente y elaboración Propia.

1.8. Forma Jurídica Empresarial

Antes de comenzar un negocio se deben evaluar las condiciones en que éste se va a desarrollar, si va a tener aceptación entre los clientes y, por supuesto, las obligaciones tributarias que le corresponden.

Los trámites para iniciar un negocio varían según se trate de una persona natural o jurídica. Se denomina persona natural a la persona física o individual. En cambio, una persona jurídica es una entidad abstracta (no existe físicamente) a la que la ley le reconoce derechos y obligaciones, así como le permite suscribir contratos y ser representada judicial y extrajudicialmente. La persona jurídica actúa a través de sus representantes legales.

Una persona común y corriente que desea iniciar una actividad comercial, como una bodega, librería, restaurante, entre otros, es considerada como una persona natural con negocio para efectos tributarios.

Por su parte, una persona jurídica puede ser una Sociedad Anónima - S.A., una Sociedad de Responsabilidad Limitada - S.R.L., una Sociedad Colectiva, una Sociedad Civil o una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada - E.I.R.L. (constituida por una sola persona natural).

Para constituir una persona jurídica se debe elaborar un documento (minuta) en el que se detalla para qué se forma, dónde va a operar, quienes la componen, los aportes efectuados, su capital, cómo se tomarán los acuerdos, cómo se van a repartir las ganancias y el Estatuto con todo lo relativo a la formación, organización y desarrollo. Esta minuta debe ser elevada a Escritura

Pública por un Notario Público e inscrita en los Registros Públicos, lo cual determina su existencia.

PRINCIPALES TRÁMITES:

A continuación detallamos los trámites que se deben realizar previamente al inicio de las actividades.

1. Inscripción en el Registro Único de Contribuyentes - RUC

Si el propio contribuyente o su representante legal es quien realiza el trámite, podrá prescindir de la utilización de los formularios requeridos para este trámite.

Persona natural

Debe acercarse a las oficinas de SUNAT y exhibir:

- Original de su documento de identidad.
- Original de uno de los siguientes documentos: recibo de agua, telefonía fija, luz, televisión por cable cuya fecha de vencimiento de pago se encuentre comprendida en los últimos dos meses; o la última declaración jurada o autoavalúo del local donde funcionará el establecimiento.

Si el trámite es realizado por una persona autorizada para tal efecto, deberá exhibir adicionalmente su documento de identidad original y, presentar una carta poder con firma legalizada notarialmente o autenticada por fedatario de la SUNAT y los siguientes formularios:

- Formulario N° 2119 "Solicitud de inscripción o comunicación de afectación de tributos".
- Formulario N° 2046 "Establecimientos anexos" (en el caso de contar con establecimiento anexo distinto al señalado como domicilio fiscal).

Persona jurídica

El representante legal exhibirá:

- Original de su documento de identidad.
- Original de uno de los siguientes documentos: recibo de agua, telefonía fija, luz, televisión por cable cuya fecha de vencimiento de pago se encuentre comprendida en los últimos dos meses; o la última declaración jurada o autoavalúo del local donde funcionará el establecimiento.
- Original o copia simple del Testimonio de Escritura Pública de Constitución inscrita en los Registros Públicos.

Si el trámite lo realiza una persona autorizada para tal efecto, exhibirá adicionalmente su documento de identidad original y, presentará una carta poder con firma legalizada notarialmente o autenticada por fedatario de la SUNAT y los siguientes formularios:

- Formulario N° 2119: Firmado por el representante legal.
- Formulario N° 2054: Solicitud de inscripción del Gerente General y los representantes legales de la sociedad, de acuerdo con lo establecido en su Estatuto.
- Formulario N° 2046: Siempre y cuando tuviera locales adicionales al domicilio fiscal.

2. Autorización de impresión de Comprobantes de Pago.

Luego de obtenido su número de RUC y de la verificación de su domicilio fiscal por parte de la SUNAT, solicitará la autorización para imprimir sus comprobantes de pago con el Formulario N° 806 en las oficinas de SUNAT o con el Formulario N° 816 en las imprentas conectadas en línea con la SUNAT.

Si va a emitir tickets o cintas de máquina registradora, debe solicitar la inscripción de la máquina con el Formulario N° 809.

3. Legalización de libros de contabilidad

También debe adquirir y legalizar ante Notario Público o Juez de Paz los libros que esté obligado a llevar según el régimen tributario en el que se hubiera inscrito.

4. Obtención de la Licencia Municipal de Funcionamiento

Este trámite se realiza ante la Municipalidad Distrital o Provincial donde se encuentra ubicado el negocio.

REGÍMENES TRIBUTARIOS

Es importante tener en cuenta que, al momento de la inscripción en el RUC, la persona deberá incorporarse al Régimen General, al Régimen Especial del Impuesto a la Renta - RER o al Régimen Único Simplificado - RUS, dependiendo de si cumplen con los requisitos y condiciones exigidos para ello. Podrá optar por uno de estos regímenes, según corresponda (SUNAT, Como Iniciar un Negocio, 2017)

La empresa se acogió como persona jurídica hacer una Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C) por las siguientes características:

- ✓ Es una figura muy recomendable para una empresa familiar, pequeña o mediana.
- ✓ Puede funcionar sin directorio.
- ✓ A pesar de que cuenta con un número reducido de accionistas, no es limitada la posibilidad de manejar grandes capitales.
- ✓ Se constituye por los fundadores al momento de concederse la escritura pública que contiene el pacto social y el estatuto, en cuyo caso suscriben íntegramente las acciones.

- ✓ No tiene acciones inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores.
- ✓ Se impone el derecho de adquisición preferente por los socios, a menos que el estatuto disponga lo contrario.
- ✓ No es relevante el volumen económico de la empresa, puede ser grande o pequeño, pero sí es importante el número reducido de accionistas que la conforma.
- ✓ Predomina el elemento personal, dentro de un esquema de sociedad de capitales.
- ✓ Es importante conocer qué se debe hacer si va a formar una Sociedad Anónima Cerrada.
Para esto se necesita:
- ✓ Establecer el nombre de la sociedad: tener presente que es importante reservar el nombre que se pondrá a la empresa. La recomendación es hacer una búsqueda previa en Registros Públicos, para asegurarte que el nombre que elegiste no lo tiene otra empresa.
- ✓ Capital social: está representado por acciones nominativas y se conforma con los aportes, ya sea en bienes y/o en efectivo de los socios, quienes no responden personalmente por las deudas sociales.
- ✓ Socios: se debe tener como mínimo 2 socios y no más de 20. Esta se podría nombrar como una ventaja de esta sociedad.

Por último, se hace necesario elegir un gerente general y establecer sus facultades, decidir si la sociedad va a tener o no directorio, fijar un domicilio y la duración.

1.9 Registro de Marca y Procedimiento de Indecopi

Para el registro de la marca se ha considerado presentar a la INDECOPI por medio de la Dirección de Signos distintivos considerando lo siguiente:

- **Marca/Nombre Comercial/Logo:** se ha establecido como Marca y Nombre Comercial las iniciales de la razón social “*HANPI QORA*” considerando que es un nombre de fácil recordar y que puede trascender en la memoria de los consumidores.
- **Lema Comercial:** como parte del registro de la marca se ha realizado la inscripción del siguiente lema.: “*Lo natural es lo mejor para una buena calidad de vida*”

Por otro lado, para poder cumplir con los requerimientos impuestos por INDECOPI para el registro de la marca y/o lema se procederá a contratar a un tramitador encargado de realizar los procedimientos necesarios para cumplir con cada uno de los puntos requeridos para el correcto registro de la Marca/nombre comercial/logo y lema comercial. (INDECOPI, 2017)

1.10 Requisitos y Trámites Municipales

Una vez realizada las actividades de inscripción se debe tener en cuenta el permiso sectorial, en este caso se realizara en el distrito de Ate, ya que es donde se encuentra ubicada la empresa.

TRAMITES ADMINISTRATIVOS -MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE ATE

(Portal de Servicios al Ciudadano y Empresas, 2017)

“LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO: ESTABLECIMIENTOS CON UN ÁREA DE MÁS DE 60 M2 HASTA 500 M2 CON ITSE BÁSICA EX - ANTE”

Costo 6.370% de UIT, S/. 257.985 Nuevos Soles

Para su obtención se debe de presentar la siguiente Documentación:

a) Requisitos Generales :

- Formato de solicitud de licencia de funcionamiento (de distribución gratuita o de libre reproducción), con carácter de declaración jurada, que incluya:
- ✓ Número de RUC y DNI o Carné de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
- ✓ Número de DNI o Carné de Extranjería del representante legal, en caso de persona jurídica u otros entes colectivos; o, tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.
- Copia de la vigencia de poder de representante legal en caso de personas jurídicas u entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requiere de carta poder con firma legalizada.
- Indicación del número de comprobante de pago por derecho de trámite.

b) Requisitos Específicos:

De ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:

1. Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.
2. Informar en el formato de solicitud de declaración jurada sobre el número de estacionamientos de acuerdo a la normativa vigente.
3. Copia simple de la autorización sectorial contenida en el Decreto Supremo N° 006-2013-PCM o norma que lo sustituya o reemplace.
4. Copia simple de la autorización expedida por el Ministerio de Cultura, conforme a la Ley N°28296, Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación. Excepto en los casos en que el Ministerio de Cultura haya participado en las etapas de remodelación y

monitoreo de ejecución de obras previas inmediatas a la solicitud de la licencia del local por el cual se solicita la licencia.

1.11 Régimen Tributario Procedimiento desde la Obtención del RUC y Modalidades

El régimen tributario al cual se ha de acoger “HANPI QORA S.A.C.” será el Régimen General; según (Ministerio de la Produccion, 2017) que consiste en lo siguiente:

- ✓ Impuesto a la Renta con pagos mensuales a cuenta del impuesto anual. Si al final resulta que pagaste más de lo estimado, habrá un saldo a tu favor como contribuyente.
- ✓ 18% por el IGV (incluye el 2% por el IPM - Impuesto de Promoción Municipal). Si hiciste compras vinculadas a tu negocio, el IGV que pagaste como comprador se deduce del que tienes que pagar como vendedor.
- ✓ En el caso de no tener ingresos, se declara “S/. 0.0”.

Además, se debe considerar los comprobantes de pago.

En este régimen se pueden emitir los siguientes comprobantes de pago:

- ✓ Facturas.
- ✓ Boletas de venta.
- ✓ Liquidaciones de compra.
- ✓ Tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras.
- ✓ Documentos complementarios a los comprobantes de pago, tales como:
 - Notas de crédito y notas de débito.
 - Guías de Remisión para sustentar el traslado de mercaderías o Guías de Remisión como transportista, si la actividad que realizas es el transporte de mercaderías.

Libros de Contabilidad que se deben llevar:

Las empresas que tengan ingresos brutos anuales menores a las 150 UIT'S (equivalentes a S/. 607,500 según UIT 2017) deben llevar como mínimo los siguientes libros:

- ✓ Registro de Compras.
- ✓ Registro de Ventas.
- ✓ Libro Diario de Formato Simplificado.

1.12 Registro de Planillas Electrónicas (PLAME)

La Planilla Electrónica, es el documento llevado a través de los medios informáticos desarrollados por la SUNAT, en el que se encuentra la información de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.

A partir del 1.08.2011 la Planilla electrónica tiene dos componentes que son el Registro de Información Laboral (T-Registro) y la Planilla Mensual de Pagos (PLAME). (SUNAT, 2017)

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

Figura N° 6. Planilla Electrónica
Fuente: (SUNAT, 2017)

Se encuentran obligados a llevar la Planilla Electrónica los Empleadores que:

| OBLIGADOS |
|--|
| • Tengan a su cargo uno (1) ó más trabajadores |
| • Cuenten con uno (1) o más prestadores de servicios y/o personal de terceros |
| • Paguen pensiones de jubilación, cesantía, invalidez y sobrevivencia u otra pensión, cualquiera fuera el régimen legal al cual se encuentre sujeto. |
| • Contraten a un personal en formación – modalidad formativa laboral.. |
| • Cuenten con uno o más trabajadores o pensionistas que sean asegurados al Sistema Nacional de Pensiones. |
| • Se encuentren obligados a efectuar alguna retención de cuarta o quinta categoría |
| • Tengan a su cargo uno o más artistas, de acuerdo a lo previsto en la Ley N° 28131 |
| • Hubieran contratado los servicios de una Entidad Prestadora de Salud u otorguen servicios propios conforme a lo dispuesto en la Ley N° 26790 |
| • Hubieran suscrito con el Essalud un contrato por SCTR |
| • Gocen de estabilidad jurídica y/o tributaria |

Figura N° 7. Planilla Electrónica Obligados
Fuente: (SUNAT, 2017)

1.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente N° 28015, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

HANPI QORA S.AC cumple con las características de una pequeña empresa por lo que puede acogerse a este régimen laboral. Nuestros colaboradores tienen los siguientes beneficios:

| MICRO EMPRESA | PEQUEÑA EMPRESA |
|--|---|
| Remuneración Mínima Vital (RMV) | Remuneración Mínima Vital (RMV) |
| Jornada de trabajo de 8 horas | Jornada de trabajo de 8 horas |
| Descanso semanal y en días feriados | Descanso semanal y en días feriados |
| Remuneración por trabajo en sobretiempo | Remuneración por trabajo en sobretiempo |
| Descanso vacacional de 15 días calendarios | Descanso vacacional de 15 días calendarios |
| 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. |

Figura N° 8. Diferencia de Régimen Laboral

Fuente:

(SUNAT, 2017)

| ÁMBITO DE APLICACIÓN DEL RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL | | |
|---|---|-----------------------------------|
| Genérico | Trabajadores del régimen laboral de la actividad privada que trabajan para empresas generadoras de rentas de tercera categoría y que tengan una finalidad lucrativa | |
| Especial | Microempresas que desarrollan actividades del Régimen de Promoción Agrario | |
| | Respecto de trabajadores que prestan servicios de vigilancia, limpieza, reparación, mantenimiento y similares | Asociación o grupos de inquilinos |
| | | Asociación o grupos de vecinos |
| | | Junta de propietarios |

Figura N° 9. Aplicación del Régimen Laboral

Fuente: (SUNAT, 2017)

HANPI QORA S.AC se acogerá al régimen laboral General ya que se aplica a todos los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada, que presten servicios en las Micro y Pequeñas Empresas, así como a sus conductores y empleadores, transcurrido los tres (3) años en el caso de la Pequeña Empresa, pasarán definitivamente al régimen laboral, de salud y de pensiones según corresponda.

1.14 Modalidades de Contratos Laborales

El contrato de trabajo manifiesta la voluntad del empleador a brindar una remuneración y del trabajador a prestar sus servicios. El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo contempla diferentes modelos de contrato desde la modalidad por inicio o incremento de una actividad hasta la modalidad por temporada.

La empresa “HANPI QORA S.A.C.” se acogerá al “Régimen Laboral de la Actividad Privada”, siendo su principal preocupación la estabilidad Laboral para el personal de la organización. Asimismo, se utilizará la modalidad de “Contrato de Trabajo Sujeto a Modalidad” ,(MINTRA, 2017) como se muestra en el **Anexo N° 1**.

Se busca poner a nuestro personal en planilla y que gocen con todos los derechos laborales. El contrato tendrá un periodo de 6 meses que será renovable según el desempeño del colaborador.

1.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas

Un contrato comercial se refiere a un acuerdo legalmente vinculante entre las partes mediante el cual se obligan a realizar o a no realizar ciertas cosas. Los contratos pueden ser escritos o verbales y redactarse de manera formal o informal. La mayoría de las empresas celebran sus contratos por escrito para dejar en claro los términos del acuerdo, y, con frecuencia, buscan asesoramiento legal al celebrar contratos importantes. Los contratos pueden abarcar todos los

aspectos comerciales como contrataciones, salarios, seguridad del empleado, locaciones, préstamos, etc.

La empresa desarrollará diferentes contratos a lo largo de las actividades realizadas

1. Acto constitutivo: documento formal que acredita la creación de la empresa bajo una sociedad, indica los datos de los integrantes, la razón social, la manifestación de voluntad, monto del capital social.
2. Contrato individual del trabajo: es un acuerdo entre HANPI QORA S.AC con sus colaboradores donde se establecen las responsabilidades y funciones que desempeñaran en la empresa; así como otras condiciones. Se establece una relación de subordinación o dependencia a cambio de una remuneración.
3. Contrato de compra y Venta internacional: acuerdo entre el comprador y HANPI QORA S.AC (vendedor) que tiene como objetivo de venta las infusiones de hojas de Guanábana. Se delimite condiciones y responsabilidades de las partes.
4. Contrato de Prestación de Servicios: son más convenientes por ser eventuales y por el costo; estos servicios pueden incluir desde la redacción del acto constitutivo hasta la asesoría legal completa.
5. Contrato de confidencialidad: se puede aplicar a la empresa Agropecuaria Comercial de Perú S.R.L; encargada de la elaboración y envasado de nuestras infusiones; conservando la información de las características exigidas en la producción por nuestra empresa.

2. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

2.1 Descripción del producto

2.1.1 Clasificación arancelaria

La clasificación arancelaria para el producto principal de “Hojas de Guanábana Orgánica” se ve reflejada en la siguiente partida arancelaria: 1211.90.90.99 “Los demás.” Dentro de 12.11 “Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas, principalmente, en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, frescos o secos, incluso cortados, quebrantados o pulverizados.”

Tabla N° 6. Sección y capítulo de la clasificación Arancelaria 1211.90.90.99

| | |
|--------------------|---|
| SECCIÓN:II | PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL |
| CAPITULO:12 | Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; paja y forraje |

Fuente: (SUNAT - Arancel , 2017)

Asimismo, se muestra la clasificación de las medidas impuestas por la partida arancelaria en relación a los gravámenes vigentes.

Tabla N° 7. Gravámenes Vigentes

| Gravámenes Vigentes | Valor |
|--|-------|
| Ad / Valorem | 0% |
| Impuesto Selectivo al Consumo | 0% |
| Impuesto General a las Ventas | 16% |
| Impuesto de Promoción Municipal | 2% |
| Derecho Específicos | N.A. |
| Derecho Antidumping | N.A. |
| Seguro | 1.25% |
| Sobretasa | 0% |
| Unidad de Medida: | KG |

Fuente: (SUNAT, Superintendencia Nacional de Administracion Tributaria, 2017)

Así también, la información obtenida en el portal de Sunat se puede visualizar los convenios que cuenta la partida arancelaria (1211909099), entre esos está el convenio con el país escogido a exportar.

Tabla N° 8. Gravámenes Vigentes

| País | Convenio Internacional | Fecha de Vigencia | Aplicación | Arancel Base | Porcentaje Liberado |
|--------|--|-----------------------|------------------------|--------------|---------------------|
| EE.UU. | 802 - ACUERDO DE PROMOCION COMERCIAL PERU - EE.UU. | 01/01/2017-31/12/9999 | Tratado Libre Comercio | 12% | 100% |

Fuente: (SUNAT - Arancel , 2017)

2.1.2 Propuesta de Valor

La empresa ofrece una nueva opción de infusión natural con alto contenido nutricional y beneficios medicinales o curativos, controlar la hipertensión arterial y los niveles de glucosa en la sangre (en caso de diabetes), es un excelente depurativo del hígado, ayuda a eliminar toxinas y es muy beneficioso a la hora de reforzar el sistema inmunológico y las defensas , pues evita la oxidación celular, hidrata, oxigena y disminuye la predisposición a factores de riesgo cancerígenos (apoptosis celular: destrucción o muerte de las células) y otras propiedades. Además de esto se plantea que los ingredientes sean orgánicos 100%.

Actualmente, existen empresas que comercializar diversas variedades de infusiones desde las dietéticas hasta antigripales; pero aun así el mercado no se satura porque la demanda va creciendo proporcionalmente.

Nombre comercial del producto: “Filtrante de hojas secas de Guanábana orgánico”

El filtrante de Guanábana proviene del departamento de Junín, se caracteriza por el color verdoso y su aroma fuerte. Puede ser consumida en diferentes momentos del día especialmente en ayunas cada mañana, ya que funciona como diuréticas y depurativas, de manera que la infusión elaborada con ellas aporta cualidades excelentes a la hora de depurar el organismo, y ayudarlo naturalmente a eliminar las diferentes toxinas que se han ido acumulando.

La presentación del producto es diferente a las infusiones tradicionales de caja; será en doy packs de 250 gramos pues permite la colocación de zipper para facilitar el uso del consumidor y permite el diseño de la etiqueta en el mismo envase.

2.1.3 Ficha Técnica Comercial

En la siguiente tabla se muestra la ficha técnica del producto; sus características principales.

Tabla N° 9. Ficha Técnica Comercial

| PRODUCTO EXPORTABLE | |
|---|--|
| INFORMACION BASICA | |
| Nombre comercial: | Hojas de Guanábana |
| Nombre científico: | <i>Annona muricata</i> |
| Nombre común: | Cohossol, Zapote agrio, Araticu - penhe, Graviola |
| DESCRIPCION DE BENEFICIOS DEL PRODUCTO | |
| Todas las partes de la planta son usadas en la medicina natural, incluyendo cortezas, hojas, raíces y frutos, pero la parte que contiene la mayor concentración de principios activos es la hoja, en donde se encuentran las ACETOGENINAS ANONACEAS, quienes se empezó a usar como insecticida, llegando a asombrar a los científicos por su amplio poder, sin causar ningún efecto nocivo en los animales y el hombre. | |
| CARACTERISTICAS | |
| Organolépticas | Color : Verde Oscuro Olor : Característico Sabor : Característico Apariencia : Hojas Secas |
| Fisicoquímicas | Humedad : < 12% Cenizas totales : <9% <u>Extracto etéreo.-</u> Aceite esencial : 3% Proteínas :14% |

| | | | | | | | | | | | | |
|--|---|------|------|------|------|------|------|--|------|------|------|------|
| Microbiológicas | Aerobios Mesofilos : < de 1000 ufc/g. Hongos y levaduras : < 100 ufc/g. Detección de E. Coli : Negativo, 10/g. Detección. De Salmonella : Negativo ; 25/g. | | | | | | | | | | | |
| PARTIDA ARANCELARIA | 1211.90.90.99 | | | | | | | | | | | |
| ZONAS DE PRODUCCIÓN : | Ancash, Apurímac, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Cusco, Huancavelica, Junín, La Libertad, Lambayeque, Lima y Moquegua. | | | | | | | | | | | |
| Estacionalidad : | | | | | | | | | | | | |
| | Ene. | Feb. | Mar. | Abr. | May. | Jun. | Jul. | Ago. | Set. | Oct. | Nov. | Dic. |
| Hoja Guanábana | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | | |
| Empaque y rotulado | <ul style="list-style-type: none"> • Envase Primario: Bolsas filtrantes (bolsas de 10gr.) • Envase Secundario: Bolsas Doy pack con cierre Zip (bolsas de 250 gr.) • Presentación de venta al distribuidor: Cajas de cartón impresas con los 18 doy packs (total 4.5 kg.) • Lleva código de barra. | | | | | | |  | | | | |
| Consideraciones y recomendaciones | Se debe conservar en un lugar seco, fresco y libre de contaminantes. Vida útil: 18 meses a partir de su fecha de empaque. | | | | | | | | | | | |
| Indicaciones | El sachet filtrante de las hojas de guanábana se deben verter en una tetera o bandeja de agua hervida y espera que baje la temperatura, dejarlo infusionar entre 2 ó 3 minutos, luego proceder a servirla y beberla. | | | | | | | | | | | |

Fuente: (SIICEX, 2017) Elaboración propia

2.2 Investigación del Mercado Objetivo

2.2.1 Segmentación de mercado objetivo

El plan de negocio enfoca su mercado objetivo hacia EEUU considerando varios criterios para la toma de la decisión. El primer ratio que se consideró fue fundamentado por SIICEX donde nos permite conocer los principales países importadores y exportadores de la hoja de guanábana (Partida Arancelaria 1211.90.90.99) permitiendo realizar un cruce de información de gran consideración. En relación al producto terminado utilizado como producto medicinal.

| N° | País | %Var 12- 11 | %Part 12 | Total Imp. 2012 (millon US\$) |
|------|-----------------------|-------------------|-------------|---|
| 1 | Estados Unidos | 16% | 16% | 272.48 |
| 2 | Japón | 6% | 10% | 198.51 |
| 3 | Alemania | -8% | 10% | 224.55 |
| 4 | Singapur | -5% | 5% | 113.57 |
| 5 | Hong Kong | -5% | 5% | 100.03 |
| 6 | China | 44% | 4% | 62.91 |
| 7 | Francia | 7% | 4% | 81.80 |
| 8 | Corea del Sur | 2% | 4% | 78.09 |
| 9 | Malasia | 10% | 4% | 66.92 |
| 10 | Canadá | 2% | 4% | 71.38 |
| 1000 | Otros Países (134) | -9% | 34% | 743.47 |

Figura N° 10. Principales 10 países Importadores
Fuente: (SIICEX, 2017)

| N° | País | %Var 12- 11 | %Part 12 | Total Exp. 2012 (millon US\$) |
|------|-----------------------|-------------------|-------------|---|
| 1 | China | 11% | 36% | 652.81 |
| 2 | India | 19% | 10% | 165.03 |
| 3 | Alemania | -5% | 7% | 143.26 |
| 4 | Egipto | -33% | 4% | 123.55 |
| 5 | Estados Unidos | -13% | 4% | 87.79 |
| 6 | Hong Kong | 7% | 3% | 59.83 |
| 7 | Polonia | 5% | 3% | 59.37 |
| 8 | Singapur | -11% | 3% | 61.74 |
| 9 | Francia | 2% | 3% | 51.69 |
| 10 | México | 19% | 3% | 42.85 |
| 1000 | Otros Países (120) | -8% | 25% | 546.16 |

Figura N° 11. Principales 10 países Exportadores
Fuente: (SIICEX, 2017)

Para poder realizar la segmentación de mercado se requiere analizar a los principales compradores mundiales; así en la tabla N° se observa que los mayores importadores en el mundo

de la partida 121190 son Estados Unidos; Alemania y Japón con 14,42%; 9,98%; y 8,21% de participación respectivamente sobre el total importado durante el año 2016.

Tabla N° 10. Principales importadores de la partida 121190

| Importadores | valor importada en 2012 (US\$) | valor importada en 2013 (US\$) | valor importada en 2014 (US\$) | valor importada en 2015 (US\$) | valor importada en 2016 (US\$) |
|---|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| Mundo | 2.293.027 | 2.600.004 | 2.753.899 | 2.518.987 | 2.509.655 |
| Estados Unidos de América | 315.367 | 344.742 | 360.010 | 354.201 | 362.005 |
| Alemania | 209.381 | 227.162 | 260.232 | 237.137 | 250.600 |
| Japón | 211.565 | 227.230 | 228.236 | 206.737 | 206.037 |
| Hong Kong, China | 95.410 | 106.557 | 135.802 | 116.507 | 111.518 |
| Taipei Chino | 66.295 | 76.604 | 84.751 | 97.227 | 109.493 |
| Singapur | 108.473 | 154.890 | 139.765 | 103.525 | 100.150 |
| Corea, República de | 79.852 | 92.851 | 97.442 | 96.764 | 96.464 |
| Francia | 87.484 | 93.979 | 100.303 | 81.888 | 88.386 |
| Italia | 55.437 | 69.298 | 72.710 | 69.545 | 81.501 |
| España | 59.454 | 61.559 | 67.534 | 73.331 | 75.111 |

Fuente: (TRADEMAP, 2017)

Elaboración Propia

A fin de considerar que la elección realizada sea la apropiada se realizó la ejecución de la matriz de selección de mercado, (Tabla N°11) con los principales importadores del producto que comercializa la empresa y así poder sustentar la viabilidad del proyecto.

Asimismo, se consideraron 3 países destinos potenciales a los cuales se les evaluará en relación a criterios/factores como crecimiento poblacional, gastos en salud, desempleo, consumo, etc.

Tabla N° 11. Matriz de selección de mercados

| Criterios | EE.UU | Alemania | Japón | Fuente |
|---|-----------|-----------|-----------|--------------------------------------|
| Crecimiento de población (2016) | 0,81% | -0,16% | -0,19% | World-Factbook |
| Gastos en salud del PBI (2016) | 17,1% | 11,3% | 10,2% | World-Factbook |
| Incidencias del Cáncer (2016) *Tasas estandarizadas por edad por 100,000 habitantes. | 318,0 | 283,8 | 217,1 | Agency for Research on cáncer (IARC) |
| PBI Per Cápita(2016) | \$ 57,300 | \$ 48.200 | \$ 38.900 | World-Factbook |
| Tasa de desempleo (2016) | 4,7% | 4,3% | 3,2% | World-Factbook |
| Tasa de Inflación (2016) | 1,3% | 0,4% | -0,1% | World-Factbook |
| PBI – tasa de crecimiento real (2016) | 1,6% | 1,7% | 0,5% | World-Factbook |
| Riesgo País - 2016 | A2 | A1 | A2 | COFACE |
| Índice de Desarrollo Humano (2016) | 0.920 | 0.926 | 0.903 | Programa de las Naciones Unidas |
| Promedios Arancelarias NMF (2016) | 2,71% | 3.38% | 2,49% | Aduanas de cada País |
| Demanda de producto sustituto o próximo (Te orgánico).% crecimiento anual en valor entre 2015-2016 | 4% | 6% | 4% | Trade Map |

Fuente: (World Factbook, 2017), (COFACE, 2017), (Trade Map , 2017), (MACMAP, 2017) (ONU, 2017), (IARC, 2017)

Elaboración propia.

Según el análisis de la tabla N° 12 los países más atractivos son Estados Unidos y Alemania pues tienen el mismo puntaje. Sin embargo, se escogió a Estados Unidos como la opción más apta; debido a que el mercado estadounidense de infusiones está consolidado a diferencia del mercado en Alemania; país que en los últimos años ha incrementado su consumo de bebidas

saludables y naturales. Así el mercado Alemán se convierte automáticamente en la segunda opción para la comercialización de infusiones ante posibles eventualidades o incluso cuando la empresa se expanda.

En base al resultado se considera que la alternativa más asertiva para la exportación del producto es el mercado norteamericano.

Se realizó la ejecución de análisis de posibles mercados de esta manera poder sustentar la viabilidad del proyecto. Asimismo, se consideraron 3 países destinos potenciales a los cuales se les evaluará en relación a criterios/factores en la escala de 1 a 5, siendo 1 el más bajo y 5 la mejor calificación.

Tabla N° 12. Análisis de los posibles mercados

| Criterios | EE.UU | Alemania | Japón |
|---|-----------|-----------|-----------|
| Crecimiento de población (2016) | 3 | 1 | 2 |
| Gastos en salud del PBI (2016) | 4 | 2 | 1 |
| Incidencias del Cáncer (2016) | 4 | 2 | 1 |
| PBI Per Cápita(2016) | 5 | 4 | 3 |
| Tasa de desempleo (2016) | 3 | 3 | 2 |
| Tasa de Inflación (2016) | 1 | 2 | 3 |
| PBI – tasa de crecimiento real (2016) | 3 | 4 | 1 |
| Riesgo País - 2016 | 3 | 4 | 3 |
| Índice de Desarrollo Humano | 3 | 4 | 3 |
| Promedios Arancelarias NMF (2016) | 3 | 2 | 3 |
| Demanda de producto sustituto o próximo (Te orgánico).% crecimiento anual en valor entre 2015-2016 | 3 | 4 | 3 |
| Consumo como cultura | 5 | 4 | 2 |
| Total | 41 | 36 | 27 |

Fuente y elaboración propia.

El crecimiento poblacional de EE.UU se encuentra dentro del promedio; los gastos en la salud

es un buen indicador que las personas se preocupan cada vez más por invertir en su salud; y la alta tasa de incidencias del cáncer convierte este mercado en uno de los más atractivos por las funciones de la infusión de hojas de guanábana orgánica.

El acuerdo comercial entre Perú y EE.UU, se basa en los acuerdos que ha concretado con los diferentes países. En el caso concreto de Perú – EEUU se conoce el TLC el cual posee la denominación de “Acuerdo de promoción comercial Perú – EEUU”. Garantiza el acceso preferencial permanente de las exportaciones peruanas a la economía más grande del mundo; incrementa y diversifica las exportaciones, eliminando distorsiones causadas por aranceles, cuotas de importación, subsidios y barreras para-arancelarias y tiene en cuenta el nivel de competitividad del país para la definición de plazos de desgravación.

En donde el acuerdo entre Perú y EE.UU. acredita que el producto de filtrante de hoja de guanábana orgánica se encuentra liberado del pago de aranceles al 100%.

Se ha elaborado una ficha país (Tabla N° 13) para conocer las características actuales de EE.UU

Tabla N° 13. Ficha país de EE.UU

| FICHA PAIS – ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (EE.UU) | |
|---|--|
| Ubicación | North America, bordering both the North Atlantic Ocean and the North Pacific Ocean, between Canada and Mexico |
| Población Total | 323,995 528 (julio de 2016) |
| Superficie total | 9826675 km ² |
| PBI – por su uso final (2016) | <ul style="list-style-type: none"> • Consumo de los hogares : 68,8% • El consumo del gobierno : 17,7% • La inversión en capital fijo : 15,9% • Inversión en inventarios:0,5% • Exportaciones de bienes y servicios : 12% • Las importaciones de bienes y servicios: -14.7% |
| % Crecimiento de producción industrial | 2,1 % (2016) |

Fuente: (United States Census , 2017) (Central Intelligence Agency , 2017) Elaboración Propia.

| Most Populous | | | Most Populous | | |
|--------------------------------|------------------|------------------------|--|------------------|------------------------|
| United States Census Bureau | | | United States Census Bureau | | |
| States | Counties | Cities | States | Counties | Cities |
| State | Population, 2016 | Pop. per sq. mi., 2016 | County | Population, 2016 | Pop. per sq. mi., 2016 |
| California | 39,250,017 | 251.9 | Los Angeles County, CA | 10,137,915 | 2,498.1 |
| Texas | 27,862,596 | 106.7 | Cook County, IL | 5,203,499 | 5,506.4 |
| Florida | 20,612,439 | 384.3 | Harris County, TX | 4,589,928 | 2,692.3 |
| New York | 19,745,289 | 419.0 | Maricopa County, AZ | 4,242,997 | 461.2 |
| Illinois | 12,801,539 | 230.6 | San Diego County, CA | 3,317,749 | 788.7 |
| Pennsylvania | 12,784,227 | 285.7 | Orange County, CA | 3,172,532 | 4,012.7 |
| Ohio | 11,614,373 | 284.2 | Miami-Dade County, FL | 2,712,945 | 1,428.9 |
| Georgia | 10,310,371 | 179.0 | Kings County, NY | 2,629,150 | 37,660.1 |
| North Carolina | 10,146,788 | 208.7 | Dallas County, TX | 2,574,984 | 2,949.4 |
| Michigan | 9,928,300 | 175.6 | Riverside County, CA | 2,387,741 | 331.3 |

Figura N° 12. Población por estados y condados en EEUU

Fuente: (United States Census, 2017)

| ALL TOPICS | Q = Browse more datasets | MIAMI-DADE COUNTY, FLORIDA |
|--|--------------------------|----------------------------|
| Population estimates base, April 1, 2010, (V2016) | | 2,498,018 |
| Population estimates base, April 1, 2010, (V2015) | | 2,498,017 |
| Population, percent change - April 1, 2010 (estimates base) to July 1, 2016, (V2016) | | 8.6% |
| Population, percent change - April 1, 2010 (estimates base) to July 1, 2015, (V2015) | | 7.8% |
| Population, Census, April 1, 2010 | | 2,496,435 |
| Age and Sex | | |
| Persons under 5 years, percent, July 1, 2015, (V2015) | | 5.9% |
| Persons under 5 years, percent, April 1, 2010 | | 6.0% |
| Persons under 18 years, percent, July 1, 2015, (V2015) | | 20.5% |
| Persons under 18 years, percent, April 1, 2010 | | 21.9% |
| Persons 65 years and over, percent, July 1, 2015, (V2015) | | 15.6% |
| Persons 65 years and over, percent, April 1, 2010 | | 14.1% |
| Female persons, percent, July 1, 2015, (V2015) | | 51.5% |
| Female persons, percent, April 1, 2010 | | 51.6% |

Figura N° 13. Estadística de la población de Miami – Florida

Fuente: (United States Census, 2017)

Según los datos recopilados para determinar el mercado objetivo, como población por estado, población según condados y así mismo otras variables estadísticas como edad, sexo; se pudo estimar el siguiente cuadro donde se puede visualizar la estimación de la demanda proyectada:

Tabla N° 14. Calculo de Mercado Objetivo

| Estudio de Segmento (USA - Florida, Miami) | | |
|---|------------------|-------------|
| Concepto | Cant. | Var. |
| Población T. | 2,498,018 | 100% |
| Pob de 0 a 18 años | 512,094 | 20.50% |
| Pob. de 19 a 64 años | 1,596,234 | 63.90% |
| Resto de personas (65 a +) | 389,691 | 15.600% |
| Público Objetivo | 21,083 | 1.00% |
| Anual Proyección | 252,999 | 12 Meses |
| Anual Real Proyectado | 120,000 | 12 Meses |

Fuente y elaboración propia.

La empresa HANPI QORA S.A.C se dirige a un sector de personas que cuiden su salud; y de la prevención de las enfermedades, es por eso que la empresa determino como su mercado objetivo al 1% de la población segmentada.

2.2.2 Tendencias de consumo

Actualmente, el uso de productos naturales continúa en constante crecimiento lo que permite que diferentes productos tengan mucha demanda en cualquier parte del mundo, provocando considerables cambios en los hábitos alimenticios de las personas.

Estado unidos, es considerado uno de los países con mayor cantidad de colonias en todo el mundo esto lo convierte en un país poli cultural y en tal sentido existen diversas comunidades que prefieren productos naturales en su mayoría. Por ende, se considera que el producto que se

ofrecerá aporta un valor significativo a este segmento de mercado (Personas que prefieren consumir productos naturales).

Macro Segmentación

EE.UU. siendo nuestro país destino posee una extensión de territorio importante en donde existe una diversidad de flora y fauna la cual se aprecia de manera más amplia cuando se visualiza estado por estado. La superficie de EE.UU. equivale a 9.831.510 km².

(Datosmacro.com, 2014)

En relación al clima en los EEUU la página web “The USA Online” dice *“Por lo general, las temperaturas disminuyen desde el sur hasta el norte; sin embargo, en verano, la mayor duración de los días compensa, en parte, esta disminución de temperatura. Por el contrario, en invierno, la presencia de días más cortos en el norte exagera el efecto del ángulo bajo de los rayos solares, creando una gran amplitud de temperaturas desde el sur hasta el norte. Los bosques usan mucha energía solar para evaporar agua; por consiguiente, los estados húmedos del este de Estados Unidos, que presentan una buena cobertura vegetal, no son tan cálidos como los secos desiertos del oeste, desprovistos de vegetación. Los océanos y los lagos moderan las temperaturas y las áreas montañosas son algo más frescas durante el día y mucho más frías por la noche que las tierras bajas de los alrededores.”* (USA Center, 2015)

En relación al idioma en EE.UU. se posee una diversidad, pero el oficial es el inglés, pero se estima que cerca de 32 millones de habitantes hablan un idioma diferente dentro de sus hogares.

En el 2013, en los Estados Unidos de América se reportó que existe una demanda alta por el consumo de productos naturales de origen peruano, siendo de su preferencia los alimentos, bebidas y productos para la salud según la revista Agro negocios. (EL PERUANO, 2013)

En diciembre de 2000, el Gobierno de los Estados Unidos ultimó las Normas Orgánicas Nacionales que entrarán en vigor en octubre de 2002. Entre tanto, la industria se está preparando para responder al creciente interés que hay por los productos orgánicos. Los supermercados minoristas convencionales ya han empezado a vender productos frescos orgánicos, y ahora representan más del 42 por ciento de las ventas de dichos productos. Las principales empresas alimentarias de los Estados Unidos se están expandiendo hacia el segmento del mercado orgánico, y la fusión que se va produciendo dentro de las empresas de alimentos naturales y orgánicos redundará en una mayor publicidad y promoción de los productos orgánicos en general. Lo cual, a su vez, aumentará el interés de los consumidores de los Estados Unidos por los productos orgánicos, incluidos los productos frescos. El mercado de los Estados Unidos tiene más de 12 000 almacenes minoristas que se especializan en alimentos orgánicos y naturales. Además, los almacenes minoristas convencionales (más de 120 000) venden también productos orgánicos frescos.

Con la promulgación de las normas orgánicas nacionales de los Estados Unidos, los importadores de productos frescos orgánicos podrán etiquetar su producto como USDA ORGANIC al comercializarlo en el mercado de los Estados Unidos. (FAO, 2008)

| Estado | Número de negocios |
|--------------|--------------------|
| California | 1 937 |
| Florida | 853 |
| Texas | 785 |
| Nueva York | 715 |
| Illinois | 518 |
| Pensilvania | 465 |
| Ohio | 414 |
| Washington | 390 |
| Nueva Jersey | 356 |
| Michigan | 353 |

Figura N° 14. Los diez principales estados con negocios de alimentos naturales (2008)
Fuente: (Departamento Economico y Social, 2008)

En base a la tabla expuesta en la parte superior se puede concluir que el mercado de Florida en Estados Unidos es el segundo potencial mercado objetivo a fin de visualizar como punto de destino para las exportaciones de hojas de guanábana orgánicas en sachet filtrantes de 10 gr.

Por otro lado, al poseer un producto como HANPI QORA no posee de todo una estación predeterminada para el consumo de la hoja, pues esta se puede llevar a cabo en casi toda la estación del año, solo disminuye la cosecha de las hojas en dos meses del año.

Micro Segmentación

La Oficina Comercial de Perú en Miami (Florida), Estados Unidos señaló que los consumidores estadounidenses muestran un creciente interés por los productos naturales peruanos, ya que tienen muy presente el cuidado de su salud y bienestar.

Por ello, prefieren los denominados alimentos y bebidas funcionales, productos libres de gluten, suplementos dietéticos y productos para la salud.

Debemos tener en cuenta que Estados Unidos tiene el mercado de alimentos y bebidas funcionales con mayor valor en ventas a nivel minorista estimadas en 115 mil millones de dólares, es decir, la cuarta parte de las ventas mundiales en salud y bienestar. (PYMEX.PE, 2013)

La Ocex de Perú en Miami refirió que las exportaciones peruanas de productos naturales en los últimos años han crecido significativamente a ese mercado.

Según el gerente de Internaturales LLC, Julio Rossel explicó que el mercado de productos naturales en Estados Unidos ha experimentado un fuerte crecimiento en la última década y las tendencias del consumidor apuntan a una mayor preocupación por el aspecto físico y por la búsqueda de productos energizantes y nutritivos.

En el segmento de suplementos dietéticos los más populares son los que ofrecen beneficios rejuvenecedores y anti-edad, particularmente si sus ingredientes cuentan con soportes científicos demostrados, tal es el caso del DHA y ácidos grasos omega 3.

En este sentido, aseveró que de los productos naturales procedentes de Perú, el que cuenta con mayor potencial en este segmento. Existe gran expectativa de crecimiento para el mercado de nuevos suplementos o alimentos que contengan buenas fuentes de proteínas a un precio competitivo. (PYMEX.PE, 2013)

Entre los puntos de distribución considerados se puede observar los siguientes:

Tabla N° 15. Lista de distribuidores de productos naturistas

| Distribuidor | Dirección | Teléfono |
|---------------------------------|---|-----------------|
| FARMACIA BIOSIC WINZELER | 10404 W Flagler St Ste 21 Miami, FL 33174 | (305) 223-2324 |
| GREEN GARDEN ORGANICS | 2950 NW 72nd Ave, Miami, FL 33122 | (305) 477-9096 |
| NATURAL NUTRITION CENTER | 10910 W Flagler St Ste 113 Miami, FL 33174 | (305) 554-8807 |
| SMART FOR LIFE | 7800 SW 87th Ave Miami, FL 33173 | (305) 270-0576 |
| PRODUCTOS NATURALES | 7397 W Flagler St Miami, FL 33144 | (305) 261-8523 |
| VITAMERICA INC | 3625 SW 8th St, Miami, FL 33135 | (305) 441-2225 |
| AMAZING PRODUCTS | 3155 SW 21st Ter Miami, FL 33145 | (305) 905-3843 |
| GLASER ORGANIC FARMS | 19100 SW 137th Ave, Miami, FL 33177 | (305) 238-7747 |

Elaboración propia.

2.3 Análisis de la Oferta y la Demanda

2.3.1 Análisis de la oferta

Producción mundial

La Guanábana, es un árbol que crece en áreas tropicales, en América del Centro y del Sur, especialmente en la Amazonía. También es llamado Guanábana, Guanábano, Catuche, Catoche, Anona de México, Graviola, Anona de la India, Mole. La fruta es muy delicada de color verde oscuro cubierta de espinas suaves. Es relativamente grande y de cáscara muy delgada. Se debe cosechar antes de estar madura. La pulpa es blanca, cremosa, carnosa, jugosa y ligeramente ácida, mide 2-3 dm de largo, pudiendo pesar 2,5 kg.

Todas las partes de la planta son usadas en la medicina natural, incluyendo cortezas, hojas, raíces y frutos, pero la parte que contiene la mayor concentración de principios activos es la hoja, en donde se encuentran las ACETOGENINAS ANONACEAS, quienes han sido ampliamente estudiadas desde los años 1940 en que se empezó a usar como insecticida, llegando a asombrar a los científicos por su amplio poder, sin causar ningún efecto nocivo en los animales y el hombre, por lo que accedieron a costear investigaciones donde, cada día se descubrían nuevas propiedades, las cuales, por efecto del celo científico e intereses creados, se mantuvo en custodia por más de 20 años. La globalización y estudios paralelos en Japón y China, descubrieron a la luz, las maravillas de esta generosa planta. (Moos, 2014)

Exportaciones Mundiales

En el siguiente cuadro se puede apreciar cuales son los principales países exportadores de la hoja de Guanábana, información expresada en valores.

Tabla N° 16. Lista de los exportadores para el producto seleccionado

| Exportadores | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|--------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | cantidad exportada |
| Mundo | 611.262 | 790.017 | 705.221 | 645.179 | 640.905 |
| China | 197.948 | 199.424 | 193.170 | 174.939 | 150.782 |
| India | 74.914 | 87.731 | 86.359 | 87.583 | 80.991 |
| México | 23.710 | 27.242 | 23.474 | 25.095 | 29.479 |
| Egipto | 18.787 | 41.664 | 52.787 | 23.697 | 22.977 |
| Alemania | 20.604 | 21.306 | 21.896 | 22.829 | 22.333 |
| España | 6.708 | 13.982 | 15.794 | 17.706 | 20.727 |
| Marruecos | 15.125 | 16.932 | 15.849 | 17.399 | 18.448 |
| Kazajstan | 17.230 | 29.721 | 22.774 | 17.134 | 16.875 |
| Polonia | 13.939 | 15.602 | 15.924 | 17.289 | 16.547 |
| Estados Unidos | 14.146 | 13.436 | 13.347 | 12.462 | 16.031 |

Fuente: (TRADEMAP, 2017)

Elaboración: Propia.



Figura N° 15. Lista de mercados importadores para un producto exportado por Perú

Fuente: (TRADEMAP, 2017)

Oferta de Exportación de Perú

El Perú se encuentra exportando la Hoja de Guanábana como producto a nivel de volúmenes tal y como lo expresa las siguientes tablas, son las principales empresas peruanas exportadoras y los principales países a exportar.

La exportación de Plantas Medicinales alcanza los U\$ 2.5 millones. En el mismo período del 2014 las exportaciones llegaron a los U\$ 2.1 millones.

| DEMÁS PLANTAS, PARTES DE PLANTAS, SEMILLAS | | | | FUENTE: SUNAT | | | | | |
|--|------------------|----------------|-------------|------------------|------------------|-------------|------------------|------------------|-------------|
| MES | 2,015 | | | 2,014 | | | 2,013 | | |
| | FOB | KILOS | PREC. PROM. | FOB | KILOS | PREC. PROM. | FOB | KILOS | PREC. PROM. |
| ENERO | 444,420 | 120,382 | 3.69 | 378,278 | 87,077 | 4.34 | 631,619 | 254,612 | 2.48 |
| FEBRERO | 511,140 | 134,147 | 3.81 | 443,491 | 107,550 | 4.12 | 911,192 | 217,017 | 4.20 |
| MARZO | 547,265 | 148,973 | 3.67 | 428,832 | 69,874 | 6.14 | 783,796 | 201,130 | 3.90 |
| ABRIL | 525,195 | 168,298 | 3.12 | 539,944 | 150,684 | 3.58 | 527,222 | 186,656 | 2.82 |
| MAYO | 484,409 | 127,481 | 3.80 | 373,968 | 68,726 | 5.44 | 479,652 | 113,939 | 4.21 |
| JUNIO | | | | 620,370 | 125,857 | 4.93 | 460,207 | 150,236 | 3.06 |
| JULIO | | | | 555,040 | 127,724 | 4.36 | 287,382 | 50,737 | 5.66 |
| AGOSTO | | | | 682,709 | 137,287 | 4.97 | 272,671 | 77,660 | 3.51 |
| SEPTIEMBRE | | | | 469,832 | 130,200 | 3.61 | 559,184 | 126,282 | 4.43 |
| OCTUBRE | | | | 439,628 | 139,829 | 3.14 | 404,510 | 112,994 | 3.58 |
| NOVIEMBRE | | | | 756,666 | 238,023 | 3.18 | 337,784 | 54,912 | 6.15 |
| DICIEMBRE | | | | 126,721 | 39,422 | 3.21 | 413,849 | 96,195 | 4.30 |
| TOTALES | 2,512,429 | 699,281 | 3.59 | 5,815,479 | 1,422,263 | 4.09 | 6,069,068 | 1,642,370 | 3.70 |
| PROMEDIO MES | 502,486 | 139,856 | | 484,623 | 118,522 | | 505,756 | 136,864 | |
| % CRECIMIENTO ANUAL | 4% | 18% | -12% | -4% | -13% | 11% | 9% | -5% | 16% |

Figura N° 16. La exportación de Plantas Medicinales
Fuente: (Agro Data Peru, 2017)

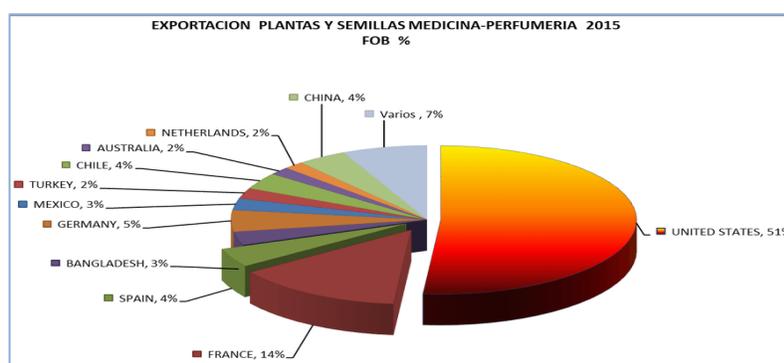


Figura N° 17. Exportación plantas y Semillas Medicina
Fuente: (Agro Data Peru, 2017)

A USA se exporta U\$ 1.3 millones (51% del total), sigue Francia con U\$ 349 mkl (14%)

| PRODUCTO | 2015 | | | 2014 | | |
|----------------------|------------------|----------------|-------------|------------------|------------------|-------------|
| | FOB US\$ | KILOS | PRECIO | FOB US\$ | KILOS | PRECIO |
| ACHIOTE HOJAS | 3,720 | 1,175 | 3.17 | 11,135 | 9,848 | 1.13 |
| AGRASEJO | 334 | 173 | 1.93 | 248 | 125 | 1.98 |
| AGUAJE | 2,603 | 211 | 12.34 | 5,602 | 355 | 15.78 |
| AGUAYMANTO | 2,839 | 224 | 12.67 | 82,594 | 6,205 | 13.31 |
| ALBAHACA FRESCA | 938,692 | 241,785 | 3.88 | 1,387,093 | 309,393 | 4.48 |
| ALCACHOFAS | 591 | 112 | 5.28 | 3,018 | 397 | 7.60 |
| ALFALFA | 360 | 120 | 3.00 | 245 | 102 | 2.40 |
| ANGURATE | | | | 5,045 | 250 | 20.18 |
| ANIS | 2,959 | 234 | 12.65 | 5,314 | 539 | 9.86 |
| AYAHUASCA | 21,510 | 1,220 | 17.63 | 7,986 | 401 | 19.92 |
| BARBASCO | 176,029 | 61,850 | 2.85 | 302,455 | 116,000 | 2.61 |
| BOLDO | 5,432 | 403 | 13.48 | 7,965 | 772 | 10.32 |
| CAJUGA | 5,636 | 289 | 19.50 | 9,703 | 3,841 | 2.53 |
| CALAGUALA | 1,788 | 250 | 7.15 | 600 | 271 | 2.44 |
| CAMU CAMU | 45,243 | 1,410 | 32.09 | 53,025 | 1,481 | 35.80 |
| CANCHALAGUA | 126 | 30 | 4.20 | 1,825 | 363 | 5.03 |
| CEBADA | 1,139 | 2,278 | 0.50 | | | |
| CEDRON | 4,882 | 387 | 12.61 | 3,323 | 186 | 17.87 |
| CHANCAPIEDRA | 39,480 | 6,362 | 6.21 | 152,375 | 20,825 | 7.32 |
| CHIA | 19,946 | 17,245 | 1.16 | 35,264 | 5,212 | 6.77 |
| CHUCHUHUASI | 15,062 | 2,187 | 6.89 | 17,962 | 5,527 | 3.25 |
| COLA DE CABALLO | 6,924 | 520 | 13.32 | 6,279 | 656 | 9.57 |
| CUBE | | | | 32,000 | 8,000 | 4.00 |
| CUTI CUTI | | | | 1,201 | 86 | 13.97 |
| DIENTE DE LEON | 1,779 | 396 | 4.49 | 3,126 | 281 | 11.12 |
| EMOLIENTE | 36,186 | 7,795 | 4.64 | 45,455 | 9,843 | 4.62 |
| ESTEVIA | 619 | 249 | 2.49 | 5,914 | 1,397 | 4.23 |
| EUCALIPTO | 3,411 | 401 | 8.51 | 3,202 | 271 | 11.82 |
| FLOR BLANCA | | | | 1,451 | 168 | 8.64 |
| FLOR DE ARENA | | | | 2,254 | 290 | 7.77 |
| GRANOS DE UMBRETI | 219,588 | 39,580 | 5.55 | 490,513 | 82,980 | 5.91 |
| GRAVIOLA | 22,400 | 4,120 | 5.44 | 271,254 | 33,709 | 8.05 |
| GUACATONGA | | | | 770 | 35 | 22.00 |
| GUANABANA HOJAS | 10,810 | 1,447 | 7.47 | 19,536 | 1,443 | 13.54 |
| HERCAMPURI | 10,982 | 5,459 | 2.01 | 13,743 | 12,361 | 1.11 |
| HERISCO GRANO | 69,024 | 17,600 | 3.92 | 345,148 | 85,855 | 4.02 |
| HERBA BUENA | | | | 5,022 | 1,029 | 4.88 |
| HERBA LUISA | | | | 2,960 | 176 | 16.82 |
| HUACATAY | | | | 11,113 | 21 | 53.00 |
| HUAMANPINTA | 334 | 460 | 0.73 | 1,115 | 650 | 1.10 |
| HUANARPO | 18,114 | 1,228 | 14.75 | | | |
| HUAYUSA | 2,245 | 235 | 9.55 | | | |
| HUILCA | 600 | 52 | 11.54 | | | |
| IPORURO | 80 | 150 | 0.60 | 2,071 | 149 | 13.90 |
| JCUBA | 82,888 | 17,450 | 4.75 | 242,531 | 51,080 | 4.75 |
| LINAZA | 2,522 | 671 | 3.76 | 15,494 | 3,866 | 4.01 |
| LLANTEN | 3,242 | 193 | 16.80 | 2,773 | 154 | 18.01 |
| MACA | 5,036 | 576 | 8.74 | 317,572 | 47,069 | 6.75 |
| MAIZ HOJAS | 70 | - | - | 488 | 140 | 3.49 |
| MAIZ MORADO CORO | 286 | 24 | 11.92 | | | |
| MALVA | | | | 427 | 266 | 1.61 |
| MANAYUPA | 2,581 | 80 | 32.26 | 15,382 | 1,285 | 11.97 |
| MANGO HOJA | 50 | 100 | 0.50 | | | |
| MANZANILLA | 12,377 | 958 | 12.92 | 28,324 | 4,213 | 6.72 |
| MEJORANA | 16,620 | 16,120 | 1.03 | 4,454 | 2,500 | 1.78 |
| MOLLE | 86,122 | 31,130 | 2.77 | 109,572 | 44,793 | 2.45 |
| MUÑA | 986 | 118 | 8.36 | 6,449 | 783 | 8.24 |
| NOHI | 2,910 | 290 | 10.03 | 3,204 | 1,753 | 1.83 |
| NOPAL | 1,600 | 500 | 3.20 | | | |
| OREGANO | 341 | 104 | 3.28 | 131 | 34 | 3.85 |
| PAICO | | | | 1,212 | 230 | 5.27 |
| PALO SANTO | 53,848 | 5,678 | 9.48 | 105,197 | 15,485 | 6.86 |
| PAPRIKA | 22,896 | 19,080 | 1.20 | | | |
| PASUCHACA | 9,024 | 119 | 75.83 | 18,042 | 611 | 29.53 |
| PEPILLO HOJAS | 47 | 7 | 6.71 | 162,428 | 34,179 | 4.75 |
| PIMIENTO HOJAS | 55,743 | 68,177 | 0.82 | 167,494 | 215,753 | 0.78 |
| PLATANO HOJAS | 1,573 | 656 | 2.40 | 79,130 | 29,493 | 2.68 |
| RATANIA | 39,861 | 15,700 | 2.54 | 49,175 | 27,982 | 1.76 |
| RETAMA | | | | 250 | 25 | 10.00 |
| ROMERO | 37,824 | 24,552 | 1.54 | 45,841 | 19,017 | 2.41 |
| ROTENONA | 40,006 | 12,509 | 3.20 | 171,527 | 85,376 | 2.01 |
| RUDA | 11 | 2 | 5.50 | 1,180 | 177 | 6.67 |
| SACHA INCHI | | | | 25,821 | 2,299 | 11.23 |
| SANGRE DE GRADO | 2,823 | 122 | 23.14 | 1,423 | 80 | 17.79 |
| TAHUARI | 200 | 20 | 10.00 | 12,986 | 988 | 13.14 |
| TE VARIOS | 54,595 | 11,925 | 4.58 | 31,223 | 2,576 | 12.12 |
| TILO | 2,151 | 60 | 35.85 | | | |
| TORONJIL | 5,556 | 293 | 18.96 | 2,801 | 247 | 11.34 |
| UREOS | | | | 4,518 | 681 | 6.53 |
| UÑA DE GATO | 491 | 66 | 7.44 | 5,263 | 656 | 8.02 |
| UVA HOJAS | | | | 39,083 | 2,160 | 18.09 |
| VALERIANA | 6,705 | 844 | 7.94 | 7,402 | 4,698 | 1.58 |
| VARIOS | 261575 | 52576 | 4.98 | 755402 | 96688 | 7.81 |
| WIRA WIRA | 1812 | 150 | 12.08 | 884 | 80 | 11.05 |
| YACON | 6,670 | 794 | 8.40 | 31,990 | 3,307 | 9.67 |
| ZARZAPARRILLA | | | | 532 | 35 | 15.20 |
| Total general | 2,512,439 | 699,281 | 3.59 | 5,815,479 | 1,422,263 | 4.09 |

Figura N° 18. Plantas Medicinales y de Perfumería exportadas
Fuente: (Agro Data Peru, 2017)

| Empresa | %Var 16-15 | %Part. 16 |
|--------------------------------------|---------------|--------------|
| COUNTRY HOME SA | -18% | 17% |
| AGROMAX INTERNATIONAL S.A.C. | 14% | 8% |
| CHILES ANDINOS S.A.C | 236% | 7% |
| ECOMPAL S.A.C. | -2% | 6% |
| BUENA VISTA SAC | 255% | 6% |
| PERUVIAN SPIRIT SOCIEDAD ANONIMA ... | 67% | 4% |
| EXPORTADORA EL SOL S.A.C. | 61% | 4% |
| GREEN VEGETABLES & FLOWERS S.A.C. | 59% | 3% |
| EXPORTACIONES AMAZONICAS NATIVAS ... | -55% | 3% |
| Otras Empresas (128) | -- | 34% |

Figura N° 19. Principales Empresas Exportadoras
Fuente: (SIICEX, 2017)

| Mercado | %Var 16-15 | %Part. 16 | FOB-16 (miles US\$) |
|-------------------|------------|-----------|---------------------|
| Estados Unidos | -3% | 45% | 2,300.20 |
| México | 376% | 11% | 577.05 |
| Bangladés | 21% | 8% | 418.38 |
| España | 10% | 6% | 321.85 |
| Francia | -48% | 6% | 298.56 |
| Japón | 143% | 4% | 228.68 |
| Alemania | -36% | 4% | 216.32 |
| Chile | -57% | 2% | 113.17 |
| Reino Unido | 300% | 2% | 109.14 |
| Otros Países (36) | -- | 10% | 515.77 |

Figura N° 20. Principales Mercados

Fuente: (SIICEX, 2017)

| | 2016 | | | | | | | | | | | | 2015 | | | | | | | | | | | |
|----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | DIC | NOV | OCT | SEP | AGO | JUL | JUN | MAY | ABR | MAR | FEB | ENE | DIC | NOV | OCT | SEP | AGO | JUL | JUN | MAY | ABR | MAR | FEB | ENE |
| KG | 3.53 | 3.58 | 4.33 | 3.59 | 3.37 | 3.49 | 3.64 | 3.55 | 3.34 | 2.34 | 3.56 | 3.79 | 3.35 | 3.53 | 4.46 | 2.67 | 5.71 | 3.49 | 3.83 | 3.42 | 2.83 | 3.39 | 3.72 | 3.57 |

Figura N° 21. Precios FOB Referenciales en Kilogramos (US\$/KGR)

Fuente: (SIICEX, 2017)

Producción de guanábana en el Perú

La Guanábana es oriunda del Perú y se cultiva en la mayor parte de América tropical, pero generalmente como plantas dispersas en los huertos. También se planta en Hawái, la India, Filipinas y Australia. La zona de producción en el Perú es la Selva central de Chanchamayo.

La cosecha de la Guanábana:

La guanábana tiende a florecer y fructificar en forma más o menos continua. En la zona Atlántica el cultivo tiene dos picos de producción: el primero se da en febrero y marzo y el otro en los meses de junio, julio y agosto y es el más importante. La fructificación de árboles provenientes de semilla se inicia entre los tres y cinco años y en los árboles injertados, entre los

veinte y veinticuatro meses. La producción de los árboles, generalmente es baja debido a características de las flores que dificultan la polinización y al ataque de plagas y enfermedades; el rendimiento fluctúa entre veinticuatro y sesenta y cuatro frutos por árbol, con pesos que van de 0,25 kg a 5 kg por fruto.

El presidente ejecutivo de Sierra Exportadora, Alfonso Velásquez Tuesta, anunció mediante un comunicado que este año se impulsará la siembra de guanábana en los corredores económicos.

Asimismo, el ingeniero explicó que la guanábana tiene gran demanda internacional debido a sus características medicinales, especialmente de lucha contra el cáncer, a lo que se sumaría a la generación de mano de obra.

De este modo, Sierra Exportadora definirá oportunidades de negocio orientadas al aprovechamiento con valor agregado y uso industrial de la pulpa de guanábana. Asimismo, promoverá la consolidación de la alianza productivo-comercial, entre las empresas interesadas en desarrollar procesos agroindustriales con esta fruta y las asociaciones de productores, interesadas en desarrollar emprendimientos productivos en base a este fruto.

Actualmente, los principales importadores de guanábana a nivel mundial son EE.UU., Canadá, Holanda y Alemania. (Agro data peru, 2017)

2.3.2 Análisis de la demanda

En la segmentación de mercado se determinó que la exportación será dirigida a EE.UU, ya que posee características atractivas para el mercado de infusiones.

Come se muestra en la Tabla N°18 los principales proveedores del mercado de EE.UU son la India, China, México, Alemania, Egipto y Turquía

Tabla N° 17. Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Estados Unidos de América Producto: 121190 (miles dólares \$)

| Exportadores | <u>Valor importada en 2012</u> | <u>Valor importada en 2013</u> | <u>Valor importada en 2014</u> | <u>Valor importada en 2015</u> | <u>Valor importada en 2016</u> |
|--|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| Mundo | 315.367 | 344.742 | 360.010 | 354.201 | 362.005 |
| India | 82.014 | 73.076 | 69.168 | 71.873 | 87.550 |
| China | 59.694 | 62.641 | 75.822 | 68.658 | 62.694 |
| México | 35.642 | 38.052 | 35.825 | 35.510 | 38.470 |
| Alemania | 15.895 | 18.002 | 16.956 | 17.458 | 19.675 |
| Egipto | 14.160 | 15.242 | 16.454 | 17.584 | 16.928 |
| Turquía | 11.138 | 18.377 | 23.351 | 18.643 | 16.053 |
| Colombia | 7.510 | 9.704 | 10.417 | 10.157 | 13.526 |
| Albania | 6.990 | 12.308 | 13.726 | 14.447 | 11.921 |
| Hong Kong China | 8.590 | 9.871 | 9.493 | 11.535 | 8.811 |
| Perú | 7.133 | 7.990 | 11.668 | 11.441 | 7.268 |

Fuente: (TRADEMAP, 2017)

Elaboración: Propia

Asimismo, podemos observar que en el año 2015 se registró un incremento de 2% en las importaciones estadounidense del té respecto al año anterior.

En la siguiente tabla se observa el incremento de la demanda EE.UU por los productos peruanos.

Tabla N° 18. Histórico de las exportaciones peruanas de la partida 1211909099

| US - UNITED STATES | Valor FOB(dólares) | Peso Neto(Kilos) | Peso Bruto(Kilos) | Porcentaje FOB |
|--------------------|--------------------|------------------|-------------------|----------------|
| 2012 | 3,441,479.61 | 934,565.355 | 1,072,124.111 | 63.87 |
| 2013 | 3,907,213.39 | 804,269.497 | 881,013.024 | 64.20 |
| 2014 | 3,042,501.03 | 553,190.513 | 609,707.921 | 49.04 |
| 2015 | 2,362,117.99 | 537,715.628 | 607,336.228 | 44.58 |
| 2016 | 2,295,233.80 | 547,966.259 | 609,433.464 | 44.53 |

Fuente: (SUNAT, 2017)

Elaboración: Propia

Podemos observar que en el transcurso de los años las exportaciones peruanas de la partida 1211909099, hacia el país de EE.UU se aumentaron progresivamente, asimismo este histórico permite proyectar las exportaciones peruanas al mercado EE.UU.

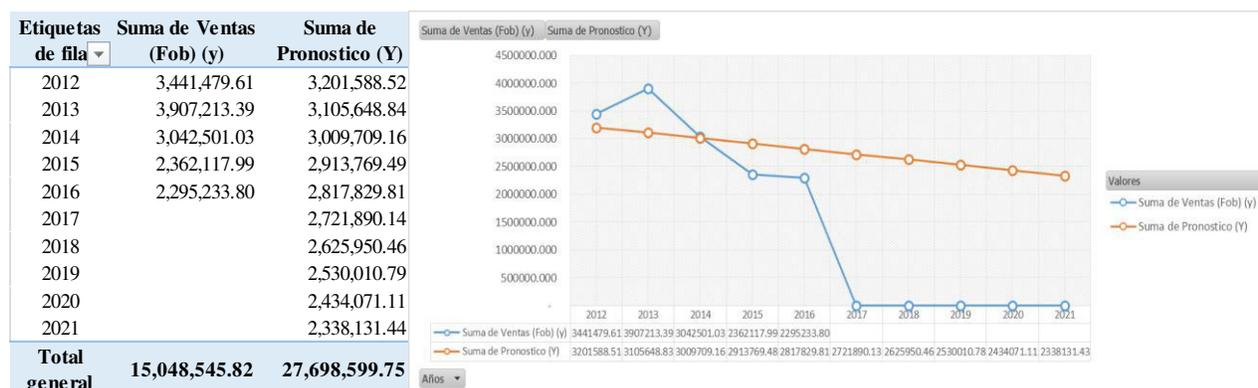
Para obtener la proyección de los siguientes años, se ha realizado una regresión lineal obteniendo la información histórica de las exportaciones peruanas según partida arancelaria 1211909099.

Tabla N° 19. Pronóstico con regresión lineal

| Años | Periodo (x) | Ventas (Fob) (y) | xy | x ² | Y ² | Pronostico (Y) |
|-------------|-------------|--------------------|----------------------|----------------|------------------------------|----------------|
| 2012 | 1 | 3,441,479.61 | 3,441,479.61 | 1 | 11,843,781,906,045.80 | 3,201,588.52 |
| 2013 | 2 | 3,907,213.39 | 7,814,426.78 | 4 | 15,266,316,474,995.30 | 3,105,648.84 |
| 2014 | 3 | 3,042,501.03 | 9,127,503.09 | 9 | 9,256,812,517,551.06 | 3,009,709.16 |
| 2015 | 4 | 2,362,117.99 | 9,448,471.96 | 16 | 5,579,601,398,681.64 | 2,913,769.49 |
| 2016 | 5 | 2,295,233.80 | 11,476,169.00 | 25 | 5,268,098,196,662.44 | 2,817,829.81 |
| 2014 | 3 | 3009709.164 | 41,308,050.44 | 55 | 47,214,610,493,936.20 | |

Elaboración propia.

Tabla N° 20. Ventas pronosticadas con método regresión lineal



Elaboración propia.

Podemos observar que las ventas pronosticadas es según los datos recopilados del pronóstico de años, indicar también que dichas ventas es según la partida arancelaria 1211909099.

2.4 Estrategias de Ventas y Distribución

2.4.1 Estrategias de segmentación

Para efecto de nuestro plan de negocio se va a utilizar una estrategia de segmentación concentrada, este segmento se dirige los esfuerzos comerciales a un solo segmento especializando su oferta a un determinado segmento de clientes o un segmento de producto, por ende nuestro mercado objetivo tendrá un solo segmento, el cual se está enfocando en las tiendas naturistas de Miami. En tal sentido, se va impulsar los esfuerzos en investigar y satisfacer las necesidades del mercado objetivo.

2.4.2 Estrategias de posicionamiento

A fin de realizar un proceso de difusión del producto se va a realizar la creación de una página web (WWW.HANPIQORA.COM.PE) en donde se detallará la información correspondiente a la organización así también información del producto a comercializar como los beneficios y

recomendación del uso. Así mismo, se realizara encuestas virtuales a fin de conocer las diferentes necesidades de los consumidores.

Además de la creación de la web se realizara un trabajo de difusión mediante redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter) en donde se resaltará los beneficios del producto con el fin de llegar directamente al consumidor final. Este proyecto se llevará a cabo mediante el uso de sitios web, que sirvan para difundir la medicina natural.

Por otro lado, se realizará una estrategia de marketing en cooperación con el cliente (Importador) para impulsar el producto enviando una serie de Merchandising para educar al cliente en relación a los beneficios del producto.

Finalmente, se cuenta con el apoyo de un familiar, quien tiene una empresa; en el Estado de Florida específicamente Miami que posee nexos directos con tiendas comerciales y será nuestro principal cliente.

2.4.3 Estrategias de distribución

Nuestra estrategia de distribución será manejada mediante un representante – Socio estratégico de la organización en Miami – Florida quien será el distribuidor del producto hacia los clientes que serían las tiendas naturistas.

Al utilizar una estrategia de representación brindáramos una mayor seguridad a nuestros clientes y se ahorraría esfuerzos en el manejo de negociación directa con los clientes. Asimismo, se entablaría una comunicación eficiente y rápida para la captación de pedidos nuevos y/o la captación de clientes nuevos.

2.5 Estrategias de Promoción

La empresa tendrá participación en ferias en el país de destino a fin de difundir el producto junto con los beneficios que posee. Una de las ferias internacionales a la cual formaremos parte es “NATURAL PRODUCTS EXPO WEST 2018”, este año se presentara la feria en California. A continuación se presentara el cronograma actual.

| NATURAL PRODUCTS EXPO WEST 2017 Feria Internacional de Productos Naturales y Orgánicos | |
|--|--|
| Importante Marzo 9-11, 2017 Anaheim Hilton & Marriott Marzo 10-12, 2017 Anaheim Convention Center | |
| Próxima edición | Edición anterior |
| Desde: 09 de Marzo de 2017 | Superficie de la feria: 100.00 m2 |
| Hasta: 12 de Marzo de 2017 | Total de expositores: 1.900 |
| Predio: Anaheim Convention Center | Países representados: 28 |
| En: Anaheim - Estados Unidos | Visitantes: 53.000 |
| Edición: 37 | |
| Tipo de evento: Feria Internacional y Conferencia | |
| Frecuencia: Anual | |
| Siguiente edición Edición 2018: fecha a designar | |

Figura N° 22. Natural products expo west 2016
Fuente: (Ferias Alimentarias, 2017)

| | |
|---|--------|
| Perfil de la feria: | Arriba |
| La feria N° 1 de EE.UU., junto con su gemela la Expo East. Más de 50.000 compradores y vendedores de 80 países Más de 800 nuevos productos cada año La cita obligada del sector para actualizarse y contactar negocios anualmente. Focused Buyer Programs Focused Buyer Guides lo llevan directamente a los expositores que desea visitar, resaltan los seminarios que Ud. necesita y lo introduce a las categorías de eventos. Los folletos de Focused Buyer están en Exhibitor Locators en el show | |
| Ferias paralelas: | Arriba |
| ENGREDEA - NUTRACON - FRESH IDEAS - BEER, WINE & SPIRITS MARKETPLACE | |
| Perfil de los visitantes: | Arriba |
| La visitan compradores, importadores, mayoristas, responsables de cadenas de negocios naturales y/o orgánicos; desde todos los Estados de Norteamérica. Este es el show que le ofrece visitantes con poder de decisión para llevarse su producto o servicio... 70% de los visitantes planean comprar uno o más productos o servicios en los próximos 12 meses, como resultado de visitar la feria (comparado con el promedio nacional de eventos de 57%). 94% de los visitantes tienen neto poder de compra (excediendo el promedio nacional para retail shows en 8%). | |

Figura N° 23. Natural products expo west 2016
Fuente: (Ferias Alimentarias, 2017)

Se tiene contemplado para la participación de la feria, se poseerá un representante de la organización en la feria que se llevara a cabo en el estado de California, quien estará a cargo de la

captación de clientes nuevos brindando promociones tales como la entrega de muestras, merchandising, etc.

Por otro lado, a nivel organizacional se llevara a cabo programas de marketing a fin de difundir el producto las herramientas que se han de utilizar están enfocadas a la difusión mediante redes sociales, pagina web y un video comercial de 15 segundos cada uno de estos validado con la experiencia de nuestro representante inside en nuestro mercado meta quien apoyará con la asesoría.

Finalmente, pero no menos importante se llevará a cabo la creación de una imagen corporativa importante que permitirá brindar confianza a nuestros clientes.

Propuesta de valor con uso de e- commerce

A fin de otorgar un impulso fuerte al manejo del E-Commerce este será gestionado directamente desde la página web de la organización donde podrá realizar el pedido directamente del producto con un descuento importante. Asimismo, si el pedido lo realiza un cliente final y no una de las tiendas naturistas que tienen la función de comercializar, el cliente tendrá un beneficio adicional, el cual será correr con los gastos de envío del producto hasta su domicilio.

Adicional, a estos beneficios se va a realizar la gestión para que dentro de la plataforma de E-Commerce existan los medios de pago más utilizados en el mercado meta entre ellos se considera tarjetas de crédito y/o debito tales como, Verified by Visa y otros.

Asimismo, se conectara el link de nuestro E-Commerce a nuestras cuentas de redes sociales.

Estrategia de internacionalización

La estrategia de internacionalización que se realizara es la exportación con el valor agregado que se poseerá un socio estratégico en la zona de mercado meta Miami – Florida, el cual será nuestro representante directo en el mercado.

Las funciones que cumplirá nuestro representante serán, la búsqueda de nuevos clientes, así también estará encargado de asegurar la estabilidad de los pedidos a nuestros clientes. Asimismo, brindará apoyo en la estructuración de estrategias de promoción.

3 PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

3.1 Envases, empaques y embalajes

Envase primario: La empresa utilizara como envase primario bolsas filtrantes en forma piramidal de Filtro de Hierbas. Este envase mantiene la hierba dentro mientras se hace la infusión, por lo que resulta más fácil retirar las hojas, realizando así la misma función que un infusor de té.



Figura N° 24. Imagen referencial de envase primario.
Fuente: Elaboración Propia.

Características físicas del:

Envase primario

- Medidas: 65 mm x 50 mm x 20 mm (Largo x Ancho x Alto)
- Contiene 10 gr. De las hojas trituradas
- Color: Transparente
- Cantidades : 25 unidades de sachet filtrantes dentro de una bolsa Doy pack

El sachet filtrante de las hojas de guanábana se deben verter en una tetera o bandeja de agua hervida y espera que baje la temperatura, dejarlo infusionar entre 2 ó 3 minutos, luego proceder a servirla y beberla.

Envase Secundario: La empresa utilizara un envase de 4 sellos con zipper (bolsas Doy Pack con Zip). Este envase se caracteriza por ser una bolsa de aluminio termo sellable en forma de sachet, hermético y semipermeable. Es opaco porque impide el ingreso a la luz y tiene resistencia media.

Se escogió este tipo de envase por su facilidad y practicidad de su uso. Es relativamente económico y por la forma resulta fácil de almacenar. Es una presentación atractiva por el detalle y el color crema. El sistema de envasado y empaquetado será en función del peso de 250 gramos.



Figura N° 25. Imagen referencial de envase.
Fuente: (Lab - Pack , 2017). Elaboración Propia.

Características físicas del:

Envase secundario

- Medidas: 150 mm x 65 mm x 210 mm (Largo x Ancho x Alto)
- Contiene 250 gr. De las hojas trituradas
- Color: Dorado

En el país de EE.UU el uso del envase de cartón se ha reducido considerablemente ante la reducción de empresas ofertantes y el alto reciclaje que realizan las distribuidoras comercializadoras sin embargo aún las cajas de cartón son aceptadas por los importadores.

Empaquetado y Embalaje

Serán cajas de cartón corrugado, pues permite una fácil manipulación y el transporte de la mercadería.

Para el traslado no se utilizaran cajas adicionales sino solo serán exportados con el empaque. Por dicho motivo, las cajas tendrán un diseño que busquen representar la imagen de la compañía incluyendo el marcado y rotulado de exportación. El papel film contribuye con la protección del polvo y la humedad; con este material se cubrirá completamente las cajas ejerciendo el ajuste necesario para evitar movimiento en la carga. También se utilizarán bases y tapas de cartón corrugado para obtener una mayor consistencia en la estructura de la paleta.

Características físicas del:

Empaque

- Medidas: 45 cm x 35 cm x 25 cm (Largo x Ancho x Alto)
- Contiene: 18 Doy Packs (4.5kg)
- Color: Marrón

visto por el consumidor con el producto enfrente). EL PDP es la parte de la etiqueta del paquete que está más expuesta a la vista del consumidor al momento de la compra.

Muchos de los envases están diseñados con dos o más superficies diferentes que permiten exhibir el PDP. Éstos son los PDP alternativos. Las declaraciones que deben colocar en el PDP o el PDP alternativo la declaración de identidad (el nombre del alimento) y la declaración de cantidad neta (la cantidad del producto). (FDA, 2017)

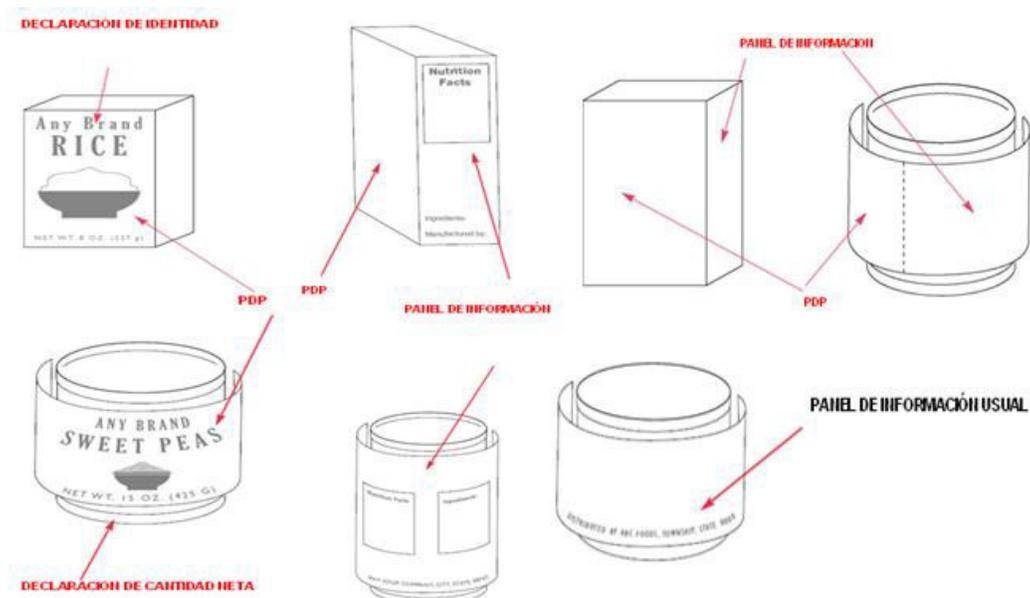


Figura N° 27. Guía de Etiquetado de Alimentos
Fuente y elaboración: (FDA, 2017)

Las etiquetas de alimentos deben mencionar lo siguiente:

- Nombre y dirección del fabricante, emparador o distribuidor. A menos que el nombre mencionado sea el del fabricante, éste debe ir acompañado de una frase calificadora que establezca la relación de la firma con el producto (por ejemplo, "fabricado por" o "distribuido por").

- El domicilio, si el nombre y la dirección de la firma no se mencionan en una guía telefónica o en un directorio de ciudades actual.
- La ciudad o el pueblo
- El estado (o el país, si reside fuera de los Estados Unidos).
- El código postal (o el código de correspondencia utilizado en otros países, a excepción de los Estados Unidos)

El etiquetado nutricional se realiza según las normas e indicaciones de la FDA recomienda a los fabricantes que intenten ser coherentes con respecto a la presentación de la información nutricional en el mercado y que coloquen la etiqueta de información nutricional de manera tal que sea fácilmente visible y legible por el consumidor al momento de la compra. (FDA, 2017)

Considerando todos los puntos mencionados la etiqueta será la siguiente:

Parte lateral:
 Marketed by HANPI QORA S.AC con RUC: 20164657909
 Produced and packaged by Agropecuaria comercial del Perú SRL con RUC 20514405361
 Address: Ate Vitarte - av. Capitán Carmona nro. 224 urb. Industrial Vulcano.
 Pag.Web: www.hanpiqora.com.pe
 Ingredientes:
 - Gavriola leaves (100%)
 Certified Organic By:
 This product complies with technical regulations for organic products register sanitary: Q3302315N NAE OBS / Lot: 112329
 Recommendations: "Place a portion of the filter into a cup, add boiling water and let stand for 5 to 7 minutes. If you want to sweeten with stevia, sugar or honey.
 This product is not medicine"

Parte delantera:
 Use before 15/06/2017
 Net amount 250 gr.

Figura N°4. Contenido de la etiqueta
 Fuente y Elaboración: Propia.

Figura N° 28. Etiquetado de Hoja de Guanábana
 Fuente y elaboración: Propia

3.2 Diseño del rotulado y marcado

3.2.1 Diseño del rotulado

En la Figura N°31 se muestra el diseño del rotulado de la caja, según las normas del FDA.

3.2.2 Diseño del marcado

Se aplicará tres tipos de marcado como se muestra en la figura N°31.

- A. Las marcas de expedición: nombre abreviado del comprador; número acordado entre las partes, lugar de destino, número de embalaje, número de cajas enviadas.
- B. Las marcas informativas: brindan información del producto.
- C. Las marcas de manipulación: cumpliendo con la regulación estadounidense el embalaje está marcado con una copa de vino y un tenedor que significa “envasado con alimentación”, según el ISO 780 Packaging Pictorial Marking.

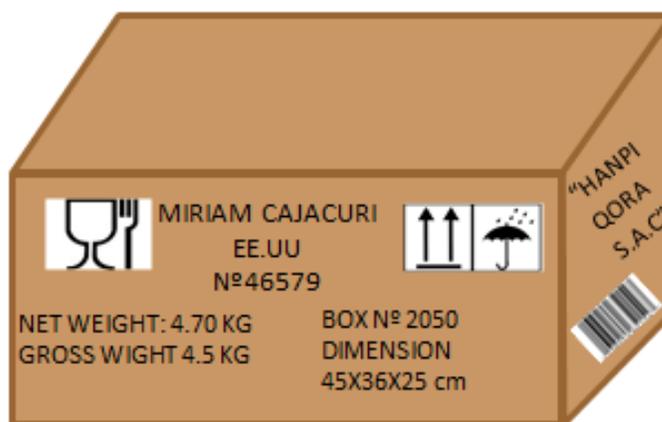


Figura N° 29. Marcado y rotulado de las cajas para exportación al EE.UU
Fuente: Elaboración Propia

3.3 Unitarización y cubicaje de la carga

La empresa determino como su mercado objetivo al 1% de la población segmentada, es decir la cantidad de personas que se muestran en la siguiente tabla.

Tabla N° 21. Proyección del Target

| Proyeccion del Target | | |
|------------------------------|--------------------------|-------------|
| Concepto | Cant. de Personas | Var. |
| Publico Objetivo | 21,083 | 1.00% |
| Anual Proyeccion | 252,999 | 12 Meses |
| Anual Real Proyectado | 120,000 | 12 Meses |

Fuente y elaboración propia.

De esta manera, se presenta la unitarización de la carga indicando las medidas y pesos calculados para el ejercicio. Se utilizara el pallet americano o conocido también como pallet universal, tiene unas medidas de 1200 x 1000 mm pues esta normalizado y es más conveniente para aprovechar sus medidas en el transporte.

También se ha evaluado la exportación de dos cantidades en función del consumo mensual; la primera opción con un estimado de 50 gramos por persona y en la segunda opción con 250 gr. por persona. Determinándose que la primera opción es la más factible por la capacidad de producción y porque HANPI QORA S.A.C es una empresa nueva en el mercado estadounidense.

Tabla N° 22. Unitarización y contenedorización de la carga

| UNITARIZACION Y CONTENEDORIZACION DE LA CARGA | |
|---|---|
| ENVASE PRIMARIO : Bolsas Filtrante | |
| Medidas : | 65 mm x 50 mm x 20 mm < > 6.5 cm x 5 cm x 2 cm (L x W x H) |
| Peso: | 10 gr. |
| ENVASE SECUNDARIO: Bolsas Doy Pack | |
| Medidas: | 150 mm x 65 mm x 210 mm < > 15 cm x 6.5cm x 21 cm (L x W x H) |
| Peso: | 250 gr. |
| EMPAQUE: Caja de cartón | |
| Medidas: | 45 cm x 35 cm x 25 cm (L x W x H) |
| UBICACIÓN EN EL EMPAQUE - EMBALAJE | |
| Cantidad: | <ul style="list-style-type: none"> • Doy Pack por fila – 3 • Doy pack por columna – 6 <p>Doy Pack por caja – 18 Peso por cada caja – 4500 gr < > 4.5 kg</p> |
|  | |
| PALLET | |
| Dimensiones: | 1200 mm x 1000 mm < > 120 cm x 100 cm |
| Carga máxima de seguridad | Carga estática : 3000 Kg Carga Dinámica : 1000 Kg |
| Paso N° 1 : Cajas En Base | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Numero de caja por base = 16 | |
| Paso N°2 : Apilamiento | |
| Apilamiento = 8 <ul style="list-style-type: none"> • Total peso = 576 kg • Total de cajas por pallet = 128 cajas • Unidades de doypacks Mensuales / Unidades de doypacks por caja = 556 Cajas <ul style="list-style-type: none"> • 4 Pallets <p>Por tal se considera manejar la Carga de manera suelta.</p> | |
|  | |

Fuente y elaboración propia.

3.4 Cadena de DFI de exportación

La cadena de DIF de exportación puede resumirse en tres partes: el proceso logístico propiamente del producto en el mercado local, el proceso logístico de exportación y los costos logísticos.

Proceso logístico de producción:

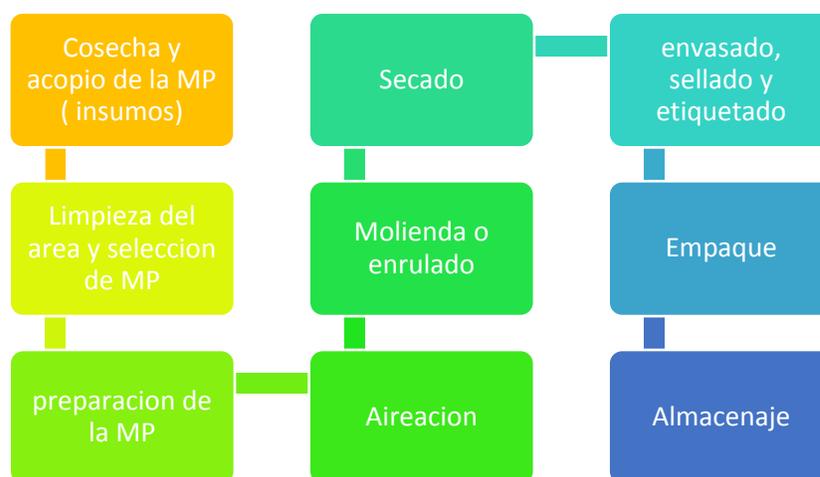


Figura N° 30. Flujo de proceso productivo de las infusiones de hojas de guanábana.

Fuente y elaboración propia.

La producción se desarrolla en diferentes pasos:

1. **Cosecha y acopio de la MP (insumos):** se cosecha semanalmente procurando la elección de las hojas más frescas y el tamaño mediano de la guanábana. Después se realizara el traslado de MP a planta por medio de transporte en carretera (Junín-Lima).
2. **Limpieza y selección de MP:** se realizara la limpieza y preparación del área, paredes, pisos y equipo a emplear. Igualmente, mediante el lavado se eliminan las impurezas y se ubica la materia prima en un ambiente ventilado.

3. **Preparación de MP:** por segunda vez se realiza la selección de las hojas considerando el tamaño, forma, color y uniformidad; se busca obtener insumos sin defectos.
4. **Aireación:** se aplica aire caliente para expulsar la humedad de las hojas.
5. **Secado:** las hojas se colocan en el horno a temperatura promedio con la finalidad de obtener un secado uniforme y evitar los desperdicios.
6. **Molienda o enrulado:** con la ayuda de un molino convencional o eléctrico las hojas seleccionadas serán trituradas hasta alcanzar el tamaño medio; se busca facilitar el envasado y su consumo.
7. **Envasado sellado y etiquetado:** el proceso de envase es importante porque de esto depende la conservación y protección del alimento. Con la maquina envasadora se colocara el envase, luego el proceso de llenado la cinta transportadora posiciona al envase doy pack para su sello y cierre. Previamente estas bolsas de aluminio serán serigrafiadas con el diseño de la etiqueta del envase.
8. **Empaque:** las infusiones contenidas en el doy pack serán puestas dentro de una caja de cartón corrugado.
9. **Almacenaje:** se guardara las cajas selladas en un área ventilada y de baja humedad. Se separara los productos terminados de los insumos y productos intermedios. Durante el almacenaje se evitara el sobre apilamiento para evitar daños en la mercadería.

La Capacidad De Producción

HANPI QORA S.A.C ha destinado la producción de las infusiones de hojas de guanábana a la empresa Hierba Inka, identificada con la razón social Agropecuaria comercial del Perú SRL con

RUC 20514405361; es una empresa productora y comercializadora de infusiones en el mercado peruano, estadounidense.

La empresa tendrá como condición mantener las características de los insumos como se detallan con el contrato de outsourcing; se coordinara la inspección y supervisión por nuestro personal ya que busca garantizar la calidad del producto final. Antes de la selección de nuestro proveedor se evaluó a otras empresas como Alposur determinándose que Agropecuaria Comercial del Perú SRL es la mejor opción por la disponibilidad en atención y el precio del proceso productivo y envasado.

En la siguiente tabla se observa que el costo de agropecuaria es mayor en 0.219 centavos para una producción mensual del 556 cajas – 18 doy packs por caja equivalente a un peso total de 4.5 Kilos.

Se consideró ya que este proveedor cumple con todos los requisitos que pide la FDA para poder realizar el producto.

Tabla N° 23. Tercerización de la producción y envasado del producto.

| | Agropecuaria Comercial del Perú SRL | Alposur |
|-----------------------------|--|----------------|
| Presentación 250 gr. | S/. 2.25 | S/.2.50 |

Fuente y elaboración propia.

Además, el proveedor elegido presenta las siguientes características:

- Capacidad de planta 3 toneladas
- Antigüedad de los procesos operativos : 4 años
- Vida útil de máquinas y equipos : 10 años
- Mano de obra competitiva : 7 colaboradores en planta

- Eficiencia y productividad para la rápida e inmediata atención.
- Insumos y materiales varios: se les proveerá del insumo (guanábana y el envase)
- No realizan la tercerización de los procesos productivos.

Proceso logístico de exportación

El medio de transporte escogido para el envío de la mercancía a EE.UU es marítimo ya que se obtiene ventajas como el flete más barato, la disponibilidad de la infraestructura portuaria y pocas restricciones de carga. El proceso logístico seguirá el flujo que se muestra en figura N°33, las cajas de infusiones serán movilizadas a los almacenes de aduanas para su exportación. No existen restricciones de inspección y tampoco existen prohibiciones de salida de la mercancía. Una vez en el puerto del Callao serán puestos en el buque para su traslado internacional y arribo al puerto de El Puerto Dante B. Fascell de Miami-Dade es el puerto situado en Miami, Florida.



Figura N° 31. Proceso logístico de exportación de las infusiones de Guanábana
Fuente y elaboración Propia.

Durante el proceso intervendrán los siguientes operadores logísticos:

- A. El agente de aduanas: Antares Aduanas, encargado de realizar los trámites aduaneros para la exportación definitiva de la mercancía obtendrá una comisión de 0.8 % del valor FOB.
- B. El agente de carga: Antares Logistic es el agente más atractivo para realizar el transporte de carga. El agente contactara a la naviera para realizar el contrato de fletamiento de nuestra carga y después emitir la reserva de espacio y finalmente alcanzarnos el conocimiento de embarque.

Para la selección de los operadores se han considerado los siguientes criterios:

- ✓ Precio; calidad de servicios, tiempo de entrega, frecuencia de servicio; experiencia. (agente de carga).
- ✓ Tarifar nivel de servicios, experiencia, tiempo del servicio (Agente de aduana).

Costos Logísticos:

Los costos logísticos se presentan en la tabla N° y tabla N°, según las cotizaciones brindadas por la planta maquiladora, agente de carga, agente de aduanas, transportista interno y precios referenciales de fuentes confiables.

Tabla N° 24. Costos logísticos en la cadena de distribución internacional (Costo en Exw)

| | | Costo Operacional | | | | | | | | | |
|--|-----------------|-------------------|----------|---------------|---------------------|--------------------|-------------------|---------------------|-----|-------------------|----------------------|
| Categoría/Descripción | Mes a proyectar | Costo Unitario | Cant. | Unidad Medida | Valor Mensual (S/.) | Valor Mensual (\$) | Valor Anual (S/.) | Valor Anual (\$) | | | |
| Costo Operacional | | | | | | | | | | | |
| Materia Prima | 12 | S/. | 20.00 | 3000 | KILOGRAMO | S/. | 60,000.00 | \$ 18,181.82 | S/. | 720,000.00 | \$ 218,181.82 |
| Bolsas Filtrante anchura: 125mm de diámetro exterior: 430mm core: 76mm (Envase Primario) | 12 | S/. | 15.00 | 3 | ROLLO | S/. | 45.00 | \$ 13.64 | S/. | 540.00 | \$ 163.64 |
| Bolsas Doy Pack 15 cm x 6.5cm x 21 cm (Envase Secundario) | 12 | S/. | 0.40 | 10200 | UNIDAD (BIENES) | S/. | 4,080.00 | \$ 1,236.36 | S/. | 48,960.00 | \$ 14,836.36 |
| Caja de Carton 17cm*15cm*12cm (Empaque) | 12 | S/. | 0.35 | 600 | UNIDAD (BIENES) | S/. | 210.00 | \$ 63.64 | S/. | 2,520.00 | \$ 763.64 |
| Outsourcing | 12 | S/. | 2.25 | 3000 | KILOGRAMO | S/. | 6,750.00 | \$ 2,045.45 | S/. | 81,000.00 | \$ 24,545.45 |
| Costos adicionales | 12 | S/. | 1,000.00 | 1 | UNIDAD (BIENES) | S/. | 1,000.00 | \$ 303.03 | S/. | 12,000.00 | \$ 3,636.36 |
| Total Exwork | | | | | | S/. | 72,085.00 | \$ 21,843.94 | S/. | 865,020.00 | \$ 262,127.27 |

Fuente y elaboración propia.

4. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

4.1 Fijación de precios

4.1.1 Costos y precio

La técnica que se utilizará para el cálculo del costo estará sujeta al “Costing”, el cual define que se llevará a cabo a partir del cálculo del costo del producto sufrido durante el proceso productivo.

La fórmula a utilizar será:

$$\text{Precio de Venta} = \text{Todos los Costos} + \text{Margen}$$

Tabla N° 25. Matriz de Costos directos

| Concepto | Cantidad | UM | Costo | Total |
|--|----------|-----------|---------|------------------|
| Cantidad a Producir | 10000 | Doy packs | | |
| T/C | | | 3.3 | |
| Hojas de Guanabana Organica | 3000 | KG | 20.00 | 60,000.00 |
| Envase primario - Bolsas Filtrante (anchura: 125mm de diámetro exterior: | 3 | Rollo | 15.00 | 45.00 |
| Envase secundario - Doy packs | 10200 | UN | 0.40 | 4,080.00 |
| Empaque y embalaje | 600 | UN | 0.35 | 210.00 |
| Costo Adicionales | 1 | UN | 1000.00 | 1,000.00 |
| Outsourcing | 3000 | KG | 2.25 | 6,750.00 |
| Total Costo | | | | 72,085.00 |
| Costo Unitario (S/.) | | | | 7.21 |
| Margen de utilidad (40%) | | | | 2.88 |
| Precio de Venta Unitario (S/.) | | | | 10.09 |
| Precio de Venta Unitario (\$) | | | | 3.06 |

Fuente y elaboración propia

En el mercado estado estadounidense no existen las infusiones bajo el nombre específico a base de hojas de guanábana orgánica pero si existen otros productos muy similares como las infusiones de té verde; infusiones a base de mezclas que contienen otras hierbas. Por tal motivo,

la determinación del precio se ha basado en la competencia indirecta; así se observa en la siguiente figura que el precio ofrecido por los importadores – traders es de 11,83 euros por envase de 250 gr.

OFERTA!

Hierba luisa (cedrón o verbena de Indias)

Referencia B00093C

Condición: Nuevo producto

Deliciosa infusión aromático de hoja cortado de hierba luisa para que mejores tu digestión. Conocido también como cedrón o verbena de Indias.

11,83 € (IVA inc.)

-15%

+3,92 € (IVA inc.)

Cantidad: 1

Peso:

- Envase 50 g
- Envase 100 g
- Envase 250 g
- Envase 500 g

Añadir al carrito

Añadir a la lista de deseos

Figura N° 32. Precios de Distribuidores 2017

Fuente: (La casa de Te, 2017)

En las tiendas virtuales como la tienda Tea Shop majen el precio 13,84 euros por 250 gramos al consumidor final.

Vanilla Green Tea

★★★★★ 1 Opinión | Agregar tu opinión

Una base de Té Verde chino aromatizado con aroma y trocitos de vainilla. Ligero y aromático, su agradable paladar nos transporta a las islas del Caribe.

A partir de: **6,15€** 100g (IVA INCLUIDO)

Disponibilidad: En existencia

| PRODUCTO | PRECIO | *INCLUYE | CANTIDAD |
|--------------------------|---------|-------------|----------|
| Vanilla Green Tea - 100g | 6,15 € | | 0 |
| Vanilla Green Tea - 250g | 13,84 € | 25g GRATIS | 0 |
| Vanilla Green Tea - 500g | 26,14 € | 75g GRATIS | 0 |
| Vanilla Green Tea - 1kg | 49,20 € | 200g GRATIS | 0 |

COMPRAR Añadir a Favoritos

* Recibe primero, paga después.

Ingredientes

- ⌚ Tiempo de infusión: 2 minutos
- 🌡️ Temperatura del agua: 70°
- 📄 Dosificación: 12 g por litro | 2/3 g por taza (mug)

Nota de Cata

Color: amarillito verdoso.
Aroma: vainilla, dulce.
Sabor: vainilla sobre un fondo herbal.

*Todos los compras de bolsitas de té e infusiones en formatos de 250g, 500g y 1 kg tienen asociado un descuento del 10%, 15% y 20% respectivamente sobre el PVP, tomando como base el PVP de 100 gramos indicado en la descripción del producto. A efectos informativos, la indicación de los gramos que indicamos como Gratis en nuestra oferta comercial es la correspondiente en gramos de esos descuentos.

Figura N° 33. Precios de Distribuidores 2017

Fuente: (Tea Shop, 2017)

En el mercado peruano las infusiones que tienen similares funciones digestivas y antioxidantes que la infusión de hojas de guanábana orgánica operan con un precio de 17.99 soles para presentación de 100 sobres por caja a próximamente 150 gr.

| | | | | |
|---|---|---------------|------|--|
|  | Herbal Tea Organic - Sunka Grial. Libre de Cafeína (Eucalipto, Menta Negra, Borraja). Caja 100 Sobres. | S/. 17.99 Uni | 1 ST |  |
|  | Herbal Tea Organic - Sunka Digestivo. Libre de Cafeína. (Culén y Muña). Caja 100 Sobres. | S/. 17.99 Uni | 1 ST |  |
|  | Herbal Tea Organic - Sunka Relajante. Libre de Cafeína (Hierba Luisa, Menta Negra, Toronjil). Caja 100 Sobres. | S/. 17.99 Uni | 1 ST |  |
|  | Infusión Digestiva - Wawasana Caja 100 Sobres. Elige tu criterio de sustitución | S/. 18.10 Uni | 1 CS |  |
|  | Infusión Relax - Wawasana Caja 100 Sobres. Elige tu criterio de sustitución | S/. 18.10 Uni | 1 CS |  |
|  | Té Negro - Lipton Wild Berry. Caja 20 Sobres. | S/. 20.40 Uni | 1 ST |  |
|  | Té Blanco - Lipton Blueberry / Pomegranate. Caja 18 Sobres. | S/. 20.40 Uni | 1 ST |  |
|  | Green Tea - Stash Premium Green. Caja 20 Sobres. | S/. 22.90 Uni | 1 ST |  |

Figura N° 34. Precios de Distribuidores 2017
Fuente: (Wong, 2017)

Además, el precio de hojas de Guanábana molidas en presentación de 100 gr. es de 18 soles.



Figura N° 35. Precios de Distribuidores 2017
Fuente: (Santa Natura, 2017)

4.1.2 Cotización internacional

La cotización incluirá todos los elementos necesarios y detallados pues se trata de poder contestar inmediatamente a los posibles clientes estadounidenses. El formato presentado (Tabla N° 25) permitirá modificar rápidamente los datos según los requerimientos del cliente.

El registro a través de código facilita su localización para las modificaciones en el precio o en el texto según se desarrollen las negociaciones. La empresa tendrá archivados las proformas invoice junto con un pequeño resumen de la negociación con el proveedor, las notas sobre el motivo del cierre de compra o cancelación. La proforma a presentar será la siguiente:

Tabla N° 26. Cotización de la infusión de la hoja de guanábana orgánica.

| PROFORMA INVOICE N° 000-01 HANPI QORA S.A.C Ate Vitarte - Av. Capitán Carmona nro. 224 urb. Industrial Vulcano. Telf(511) – 3488340 www.hanpiqora.com.pe | | | | |
|--|---|-----------------------------|--|----------------------------|
| CLIENTE | | Andean treasures Ltd | | |
| CONTACTO | | Miriam Cajacuri M. | TELEFONO: +44(0)20 86990511 | |
| FECHA | 25/05/2017 | VALIDEZ | 20 días | |
| TIPO DE SERVICIO | EXPORTACION | TRANSP. | Marítimo | |
| ORIGEN | Lima – Perú | DESTINO | Miami , California -EEUU | |
| PRODUCTO | Filtrante de hojas de guanábana según ficha técnica | Partida : | 1211.90.90.99 | |
| PESO ESTIMADO (KGS) | | 814.5 | | |
| INCOTERM | FOB Callao | Tiempo de entrega | 45 días (14 días producción y 31 días transito) | |
| FORMA DE PAGO | | Carta de crédito a la vista | | |
| ITEM | DESCRIPCION | QUANTITY | UNIT PRICE (\$) | TOTAL AMOUNT (US\$) |
| 1 | Filtrante de hojas de guanábana orgánica presentado en doy pack 250 gr. | 181 cajas x 18 doy packs | PRECIO FOB (\$) 13.08 | 42,614.64 |
| BANCO | GNB | | | |

Fuente y elaboración propia.

4.2 Contrato de compra y venta internacionales y sus documentos

El contrato establecido por la empresa contempla una amplia información véase el **Anexo N° 2**

- ✓ Los datos de la empresa
- ✓ Los datos del importador
- ✓ La especificación técnica del producto
- ✓ El límite de distribución
- ✓ Condiciones de venta, precio, forma de pago, plazo de entrega,
- ✓ Incoterm, transporte y seguro.
- ✓ Documentos de respaldo, penalidades, etc.
- ✓ Todo el documento deberá ser figurar tanto es español como en inglés.

4.3 Elección aplicación del Incoterm

Se determinó que el INCOTERM a usar será FOB (Free on Board) puesto que en EE.UU tiene mayores opciones para la elección del transporte internacional y la contratación del seguro.

De esta manera HANPI QORA S.AC se comprometerá a entregar la mercancía al bordo del buque en el embarque convenido-Callao, efectuando el despacho de exportación de la mercancía. Del mismo modo el comprador reservará el buque corriendo con los gastos y asumirá los riesgos del transporte internacional.

4.4 Determinación del medio de pago y cobro

Las formas de pago internacionales son los acuerdos entre el comprador y el vendedor para determinar el momento de pago de la mercancía o servicio. Este momento de pago está en

relación con el embarque y la entrega del bien o servicio. Respecto a quién debe iniciar el proceso de pago y decidir el momento en que debe realizarse, dependerá de la negociación entre las partes.

Las principales formas de pago en el comercio internacional respecto a la entrega de la mercancía son los siguientes:

- Pago por adelantado
- Pago a la vista
- Pago a plazo
- Cuenta abierta

Estas formas de pago en la transacción internacional tienen tres características que no son independientes, sino que están interrelacionados entre sí: seguridad en el cobro, coste relativo y confianza entre exportador e importador la figura N° ilustra esta relación. (SIICEX, 2013)



Figura N° 36. Características de relación entre Exportador e importador
Fuente: (SIICEX, 2013)

Considerando los riesgos (político/país y comercial/ comprador) a los que se enfrentan compradores y vendedores, el uso y costumbre internacional a través del sistema financiero ha mitigado dichos riesgos ofreciendo mecanismos para perfeccionar la forma de pago acordada.

Estos mecanismos son los medios de pago internacionales que pueden definirse como instrumentos financieros que posibilitan el pago del importador al exportador por los bienes y servicios que este último comercializa.

Los principales medios de pago usados en el comercio internacional son:

- La transferencia internacional: es el medio de pago que realiza el importador al exportador por intermedio de los bancos. Este medio de pago se usa frecuentemente en la forma de pago de cuenta abierta, que es la que contiene el mayor riesgo para el exportador.
- La cobranza internacional: es el medio de pago por el cual el exportador delega al banco la cobranza de los documentos asociados a la venta al exterior. Los bancos no asumen responsabilidad ni compromiso.
- La carta de crédito: es el medio de pago que compromete a un banco a pagar al vendedor en valor de los documentos de embarque que estén en orden. A continuación, se presentan los conceptos de cada uno de ellos. (SIICEX, 2013)

Luego de evaluar las diferentes alternativas que ofrecen los bancos, la empresa HANPI QORA S.AC utilizará el medio de pago carta de crédito irrevocable a la vista a través del banco GNB, pues ofrece un costo menor que otros bancos como se indica en la Tabla N° 26.

Tabla N° 27. Comisiones Bancarias para la carta de crédito de Exportación

| Comisiones | BANCO BCP | BANCO SCOTIANBANK | BANCO GNB | BANCO INTERBANK |
|-------------------------|--------------|-------------------|------------|-----------------|
| Por aviso | US \$80 | US \$80 | US \$60 | US \$70 |
| Por confirmación | 0.2% - \$100 | 0.20% - \$80 | 0.25%-\$60 | 0.25%-\$60 |

| | | | | |
|---|--------------|--------------|------------|------------|
| Por negociación utilización pago | 0.25% -\$100 | 0.27% - \$80 | 0.25%-\$60 | 0.25%-\$60 |
| Portes | US\$12 | US\$11 | US\$ 20 | US \$10 |
| Mensajería swift | US\$22 | US\$22 | US\$ 11 | US \$25 |

Fuente: (BCP, 2017), (SCOTIABANK, 2017), (GNB, 2017)& (INTERBANK, 2017)

Este medio de pago se caracteriza porque el banco corresponsal elegido por el importador asume la responsabilidad a pagar el exportador peruano irrevocablemente por los bienes exportados siempre que se haya cumplido con las condiciones de la carta de crédito.

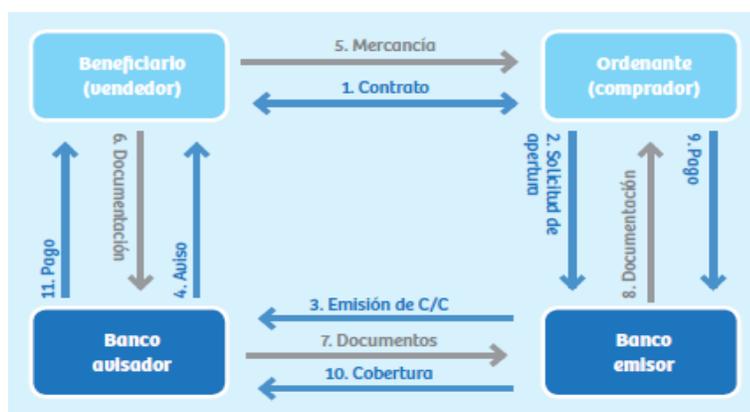


Figura N° 37. Flujo de la carta de crédito de exportación.
Fuente y elaboración: (SIICEX, 2013)

El Banco HSBC North America Holdings de EEUU emite por orden de la empresa Open Source Organics Ltd una carta de crédito confirmada a HANPI QORA S.AC por el monto total de las infusiones de hojas de guanábana orgánica.

En la solicitud se consignan los siguientes datos:

- ✓ Datos de la empresa, número de cuenta corriente del importador, indicar quien asumirá los pagos de gastos bancarios fuera del Perú.

- ✓ Datos del importador, datos del banco corresponsal y código Swift.

El banco emisor comunicara al Banco GNB sobre la emisión de la carta de crédito; en el momento que se realice la notificación a nuestra empresa se enviara la mercancía y también los documentos (Conocimiento de embarque, factura comercial, etc).De esta forma el banco emisor transmite los documentos a Open Source Organics Ltd y se realiza el pago.

4.5 Elección del régimen de exportación

Por la característica del negocio y por la actividad comercializadora de la empresa nos acogeremos al régimen de exportación definitiva. El trámite de las exportaciones será de modo regular por agencia aduanera, ya que el monto de nuestras exportaciones sobrepasa los 5000 dólares.

4.6 Gestión aduanera del comercio internacional

A continuación, se resume el procedimiento operativo en seis puntos:

1. Transmisión de la DAM provisional: en donde el despachador de aduanas trasmite electrónicamente a la SIGAD los datos provisionales (DAM 40)
2. Ingreso de la mercancía a la zona primaria: la mercancía es ingresada al depósito temporal con el número de reserva.
3. Recepción de la mercancía y selección del canal de control: cuando se concluye la recepción de la mercancía se realiza u registro electrónico de la fecha y hora de ingreso. Con la información validada por la SIGAD se la signa canal rojo o naranja.
4. Reconocimiento Físico; el despachador de presentar las autorizaciones especiales y documentos cuando se esté revisando la mercancía.

5. Control de embarque de la mercancía: los depósitos temporales son responsables del traslado y entrega de la mercancía al transportista; de tal forma que este verifica y anota en la DAM la cantidad de bultos; peso bruto total; fecha y hora culminando su sello y firma.(Plazo hasta 30 días después de la numeración DAM).

Regularización: se presenta los documentos a la administración aduanera. (30 días al término del embarque)

A continuación se presenta el diagrama de exportación definitiva (Figura N°40) para una mayor comprensión.

PROCESO DE EXPORTACIÓN DEFINITIVA

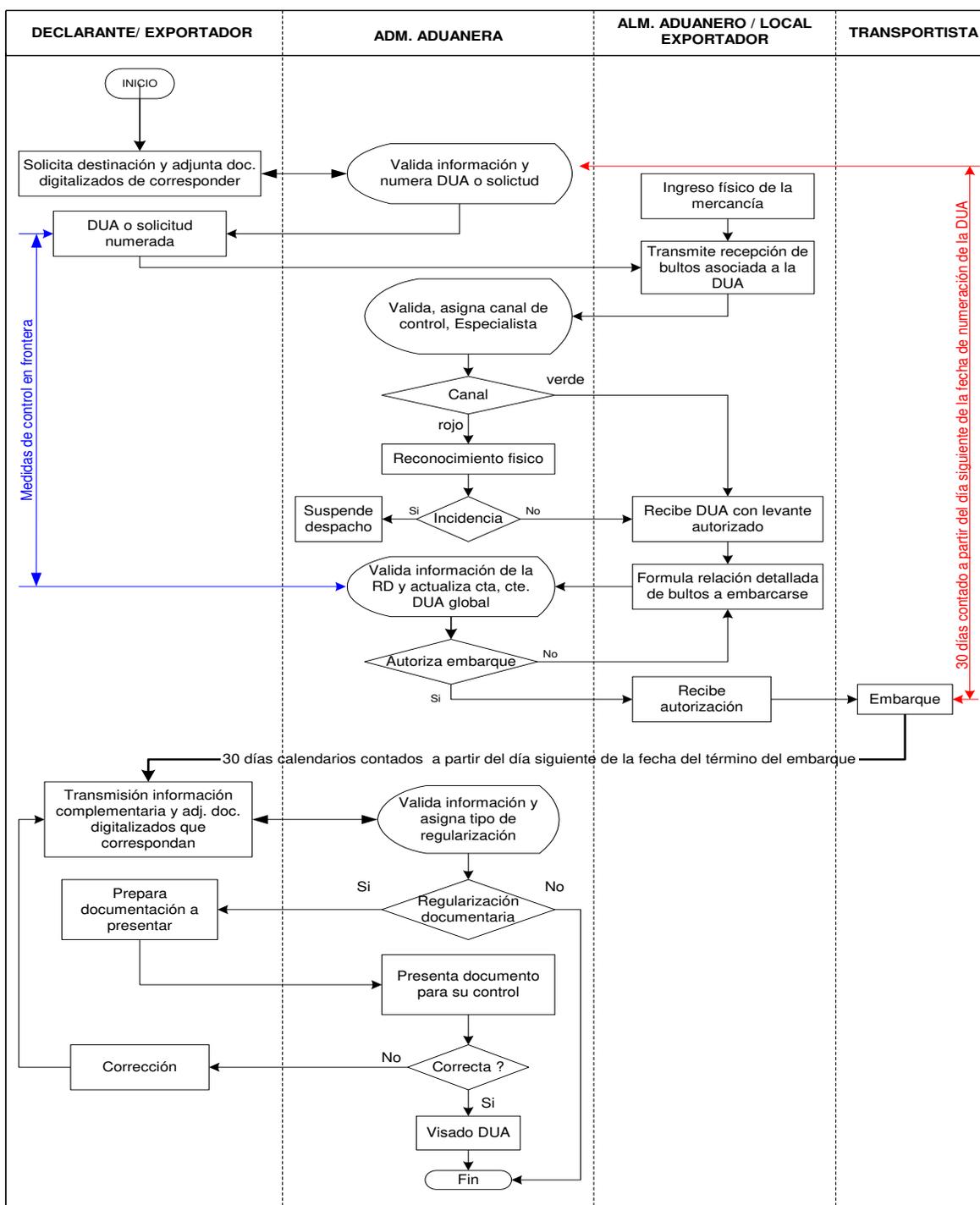


Figura N° 38. Proceso de exportación definitiva
Fuente y elaboración: (SUNAT , 2017)

4.7 Gestión de operaciones de exportación: Flujo grama

La figura siguiente expone todo el procedimiento realizado para la exportación de las infusiones de las hojas de guanaba orgánica; desde el registro de la empresa en SUNAT, la investigación del mercado sobre el producto, la cotización, la evaluación de los posibles clientes, la preparación de los documentos de exportación, el contactar a los operador; agentes de carga, hasta verificación del pago.



Figura N° 39. Flujo de exportador.

Fuente y elaboración: Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX, 2017)

5. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

5.1 Inversión Fija

5.1.1 Activos Tangibles

En el caso de la empresa no se realizara inversiones en inmuebles. Compra de locales, terreno o alguna obra física, ya que la actividad de empresa básicamente es la comercialización de las infusiones y coordinación de los procesos productivos.

Para la implementación de nuestra oficina se realizara la compra de los siguientes muebles y equipos que se indica en la tabla.

Tabla N° 28. Inversión en activos tangibles

| Activos Tangibles | | | | | | |
|--|-------|------------------|--------------|-----------|------------------|--------------------|
| Categoria/Descripcion | Cant. | Unidad de Medida | PU (S/.) | PU (\$) | Total (S/.) | Total (\$) |
| Muebles | | | | | | |
| Escritorio de oficina | 4 | UNIDAD (BIENES) | S/. 400,00 | \$ 121,21 | S/. 1.600,00 | \$ 484,85 |
| Silla de oficina | 8 | UNIDAD (BIENES) | S/. 80,00 | \$ 24,24 | S/. 640,00 | \$ 193,94 |
| Sillon de sala de Reunion | 0 | UNIDAD (BIENES) | S/. 140,00 | \$ 42,42 | S/. - | \$ - |
| Mesa de Reunion Circular | 1 | UNIDAD (BIENES) | S/. 200,00 | \$ 60,61 | S/. 200,00 | \$ 60,61 |
| Cubiculo personal con Cajones | 4 | UNIDAD (BIENES) | S/. 120,00 | \$ 36,36 | S/. 480,00 | \$ 145,45 |
| Estante y repisas | 2 | UNIDAD (BIENES) | S/. 150,00 | \$ 45,45 | S/. 300,00 | \$ 90,91 |
| Sumatoria Muebles | | | S/. | \$ | 3.220,00 | \$ 975,76 |
| Equipo de Oficina | | | | | | |
| Epson Multifuncional Expression XP-201 Imprime, Copia, Escanea | 1 | UNIDAD (BIENES) | S/. 279,00 | \$ 84,55 | S/. 279,00 | \$ 84,55 |
| laptop HP | 4 | UNIDAD (BIENES) | S/. 2.000,00 | \$ 606,06 | S/. 8.000,00 | \$ 2.424,24 |
| Epson LX-300 | 0 | UNIDAD (BIENES) | S/. 250,00 | \$ 75,76 | S/. - | \$ - |
| Notebook 15,6" Intel Core i3 4 GB 500 GB | 0 | UNIDAD (BIENES) | S/. 1.499,00 | \$ 454,24 | S/. - | \$ - |
| Portabandejas | 4 | UNIDAD (BIENES) | S/. 25,00 | \$ 7,58 | S/. 100,00 | \$ 30,30 |
| Extintor | 2 | UNIDAD (BIENES) | S/. 250,00 | \$ 75,76 | S/. 500,00 | \$ 151,52 |
| Pizarras Acrilica | 1 | UNIDAD (BIENES) | S/. 120,00 | \$ 36,36 | S/. 120,00 | \$ 36,36 |
| Accesorios/ otros | 1 | UNIDAD (BIENES) | S/. 200,00 | \$ 60,61 | S/. 200,00 | \$ 60,61 |
| Sumatoria Equipos de Oficina | | | S/. | \$ | 8.999,00 | \$ 2.726,97 |
| Total | | | S/. | \$ | 12.219,00 | \$ 3.702,73 |

Fuente y elaboración propia.

5.1.2 Activos Intangibles

Los activos intangibles están compuestos principalmente por los trámites de la constitución, el estudio de proyecto, patentes y otros.

Tabla N° 29. Inversión en activos intangibles

| Activos Intangibles | | | | | | |
|-----------------------------------|-------|--------------------|--------------|-----------|---------------------|--------------------|
| Categoría/Descripción | Cant. | Unidad de Medida | PU (S/.) | PU (\$) | Total (S/.) | Total (\$) |
| Derechos de Patentes | | | | | | |
| Estudio del Proyecto | 1 | UNIDAD (SERVICIOS) | S/. 200,00 | \$ 60,61 | S/. 200,00 | \$ 60,61 |
| Gastos de Constitucion | 1 | UNIDAD (SERVICIOS) | S/. 400,00 | \$ 121,21 | S/. 400,00 | \$ 121,21 |
| Patentes | 1 | UNIDAD (SERVICIOS) | S/. 535,15 | \$ 162,17 | S/. 535,15 | \$ 162,17 |
| Gastos de Permisos de Exportacion | 1 | UNIDAD (SERVICIOS) | S/. 2.500,00 | \$ 757,58 | S/. 2.500,00 | \$ 757,58 |
| Total | | | | | S/. 3.635,15 | \$ 1.101,56 |

Fuente y elaboración propia.

5.2 Capital de Trabajo

El capital de trabajo representa un monto de \$ 32,084.29 mensuales siendo los costos de sueldo y salarios, mantenimiento de oficina, costo operacional (comprendido materia prima, outsourcing, total Fob). Cabe resaltar que al proveedor de nombre comercial Hierba Inka se le proveerá mensualmente los insumos y los materiales de envase.

Tabla N° 30. Inversiones de Capital de trabajo

| Capital de Trabajo | | | | | |
|---------------------------|-----------------|-----------------------|---------------------|-------------------------|----------------------|
| Categoría/Descripción | Mes a Proyectar | Valor Mensual (S/.) | Valor Mensual (\$) | Valor Anual (S/.) | Valor Anual (\$) |
| Capital de Trabajo | | | | | |
| Sueldo y Salarios | 15 | S/. 6.469,15 | \$ 1.960,35 | S/. 97.037,25 | \$ 29.405,23 |
| Mantenimiento de Oficina | 12 | S/. 300,00 | \$ 90,91 | S/. 3.600,00 | \$ 1.090,91 |
| Servicios Basicos | 12 | S/. 290,00 | \$ 87,88 | S/. 3.480,00 | \$ 1.054,55 |
| Transporte | 12 | S/. 200,00 | \$ 60,61 | S/. 2.400,00 | \$ 727,27 |
| Suministros de Oficina | 12 | S/. 150,00 | \$ 45,45 | S/. 1.800,00 | \$ 545,45 |
| Costo Operacional | 12 | S/. 98.469,00 | \$ 29.839,09 | S/. 1.181.628,00 | \$ 358.069,09 |
| Total | | S/. 105.878,15 | \$ 32.084,29 | S/. 1.289.945,25 | \$ 390.892,50 |

Fuente y elaboración propia.

5.3 Inversión Total

El proyecto de las infusiones plantea una inversión anual ,donde el capital de trabajo representa el % esto se debe a que la producción total del producto ha sido terciarizada y no se ha invertido en maquinaria para la fabricación.

Tabla N° 31. Inversión total

| Plan de Inversion | | | | | | | |
|---------------------------------|--------------------|----|------------------------|--------------------------|-------------------|---------------------|----------------------|
| Categoria/Descripcion | Mes a Proyectar | | Valor Mensual (S/.) | Valor Mensual (\$) | Valor Anual (S/.) | Valor Anual (\$) | |
| Activos | 1 | | S/. 15.854,15 | \$ 4.804,29 | S/. | 15.854,15 | \$ 4.804,29 |
| Imprevisto | 1 | 5% | S/. 792,71 | \$ 240,21 | S/. | 792,71 | \$ 240,21 |
| Sueldo y Salarios | 14 | | S/. 6.469,15 | \$ 1.960,35 | S/. | 90.568,10 | \$ 27.444,88 |
| Mantenimiento de Oficina/Planta | 12 | | S/. 300,00 | \$ 90,91 | S/. | 3.600,00 | \$ 1.090,91 |
| Servicios Basicos | 12 | | S/. 290,00 | \$ 87,88 | S/. | 3.480,00 | \$ 1.054,55 |
| Transporte | 12 | | S/. 200,00 | \$ 60,61 | S/. | 2.400,00 | \$ 727,27 |
| Suministros de Oficina | 12 | | S/. 150,00 | \$ 45,45 | S/. | 1.800,00 | \$ 545,45 |
| Costo de Operación (FOB) | 12 | | S/. 74.809,00 | \$ 22.669,39 | S/. | 897.708,00 | \$ 272.032,73 |
| Inversión Total | | | | | S/. | 1.016.202,96 | \$ 307.940,29 |

Fuente y elaboración propia.

5.4 Estructura de Inversión y Financiamiento

La siguiente tabla muestra la estructura de la inversión y financiamiento; es así como el 65% del total de invertir será cubierto por el préstamo bancario y lo restante con el aporte del capital propio; es decir, 35%. El financiamiento será destinado totalmente a las actividades que contempla el capital de trabajo.

Tabla N° 32. Estructura de Inversión Financiamiento

| Financiamiento | | | |
|------------------------|-----|-------------------|----------------------|
| Categoria/Descripcion | % | Valor Anual (S/.) | Valor Anual (\$) |
| Capital Propio | 35% | S/. 355.671,04 | \$ 107.779,10 |
| Capital Financiado | 65% | S/. 660.531,92 | \$ 200.161,19 |
| Inversión Total | | S/. | 1.016.202,96 |
| | | | \$ 307.940,29 |

Fuente y elaboración propia.

El siguiente cuadro se muestra el cronograma de pago anual, el banco a quien se le solicitara préstamo es el Scotiabank cuya tasa efectiva anual de 27%

Tabla N° 33. Estructura de Financiamiento

| Amortización (Tasa efectiva Anual de 27 %--Scotiabank para Capital de Trabajo) | | | | | |
|---|----------------------|----------------|---------------------|------------------|--------------------|
| Años | Saldo inicial | Interes | Amortizacion | Por Pagar | Saldo Final |
| 1 año | \$ 200,161.19 | \$ 3,884.88 | \$ 60,000.00 | \$ 63,884.88 | \$ 140,161.19 |
| 2 año | \$ 140,161.19 | \$ 2,534.88 | \$ 60,000.00 | \$ 62,534.88 | \$ 80,161.19 |
| 3 año | \$ 80,161.19 | \$ 1,184.88 | \$ 60,000.00 | \$ 61,184.88 | \$ 20,161.19 |
| 4 año (4 Meses) | \$ 20,161.19 | \$ 95.26 | \$ 20,161.19 | \$ 20,256.45 | \$ 0.00 |

Fuente y elaboración propia.

5.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito

Se analizó las principales entidades del mercado financiero y las tasas para la modalidad de capital de trabajo. En el siguiente cuadro se observa que las tasas no son fijas sino varían en función de ciertos requisitos y garantías.

La empresa se financiara con el Scotiabank en moneda extranjera para no alterar los pagos mensuales; la tasa efectiva anual será de 27% fluctúa dentro del promedio de créditos.

Tabla N° 34. Evaluación de fuentes de financiamiento

| TEA - Capital de trabajo | BCP | Banco Financiero | Scotiabank | BBVA | Interbank | BIF |
|---------------------------------|------------|-----------------------------|----------------------|-------------|----------------------|----------------------------|
| Moneda Extranjera | 30% | Min 60% - Max 75% | Min 17% - Max 27% | 35% | Min 28% - Max 45% | Min 60% - Max 75% |
| Moneda Nacional | 20.50% | Min 14.45% - Max 75.40 % | Min 17% - Max 35% | 35% | Min 30% - Max 45% | Min 14.45% - Max 75.40% |

Fuente y elaboración propia.

5.6 Presupuesto de Costos

El costo unitario por producto es de \$2.95 pero varía cada año porque los insumos y el outsourcing son afectados por el factor de ajuste; esto se debe a que los precios inicialmente se encuentran expresados en moneda nacional.

Tabla N° 35. Costo de los Insumos

| DETALLE | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|
| Filtrante de hojas de guanábana orgánica presentado en doy pack 250 gr. | \$ 2.95 | \$ 3.01 | \$ 3.16 | \$ 3.19 | \$ 3.25 |

Fuente y elaboración propia.

También se observan los costos directos e indirectos de la producción, así también los gastos de exportación compuesto por el agente de aduanas, agente de carga, almacenaje, etc.

Tabla N° 36. Costo de la DFI - Costos Operacionales

| Costo Operacional (DFI) | | | | | | | | | | | |
|--|-----------------|----------------|----------|---------------|---------------------|--------------------|-------------------|---------------------|-----|-------------------|----------------------|
| Categoría/Descripción | Mes a proyectar | Costo Unitario | Cant. | Unidad Medida | Valor Mensual (S/.) | Valor Mensual (\$) | Valor Anual (S/.) | Valor Anual (\$) | | | |
| Costo Operacional | | | | | | | | | | | |
| Materia Prima | 12 | S/. | 20.00 | 3000 | KILOGRAMO | S/. | 60,000.00 | \$ 18,181.82 | S/. | 720,000.00 | \$ 218,181.82 |
| Bolsas Filtrante anchura: 125mm de diámetro exterior: 430mm core: 76mm (Envase Primario) | 12 | S/. | 15.00 | 3 | ROLLO | S/. | 45.00 | \$ 13.64 | S/. | 540.00 | \$ 163.64 |
| Bolsas Doy Pack 15 cm x 6.5cm x 21 cm (Envase Secundario) | 12 | S/. | 0.40 | 10200 | UNIDAD (BIENES) | S/. | 4,080.00 | \$ 1,236.36 | S/. | 48,960.00 | \$ 14,836.36 |
| Caja de Carton 17cm*15cm*12cm (Empaque) | 12 | S/. | 0.35 | 600 | UNIDAD (BIENES) | S/. | 210.00 | \$ 63.64 | S/. | 2,520.00 | \$ 763.64 |
| Outsourcing | 12 | S/. | 2.25 | 3000 | KILOGRAMO | S/. | 6,750.00 | \$ 2,045.45 | S/. | 81,000.00 | \$ 24,545.45 |
| Costos adicionales | 12 | S/. | 1,000.00 | 1 | UNIDAD (BIENES) | S/. | 1,000.00 | \$ 303.03 | S/. | 12,000.00 | \$ 3,636.36 |
| Sumatoria Costo Operacional | | | | | | S/. | 72,085.00 | \$ 21,843.94 | S/. | 865,020.00 | \$ 262,127.27 |
| Total Exwork | | | | | | | | | | | |
| Transporte Nacional | 12 | | | | UNIDAD (SERVICIOS) | S/. | 200.00 | \$ 60.61 | S/. | 2,400.00 | \$ 727.27 |
| Agente de Aduana | 12 | | | | UNIDAD (SERVICIOS) | S/. | 330.00 | \$ 100.00 | S/. | 3,960.00 | \$ 1,200.00 |
| Agente de Carga | 12 | | | | UNIDAD (SERVICIOS) | S/. | 400.00 | \$ 121.21 | S/. | 4,800.00 | \$ 1,454.55 |
| Gastos Operativos | 12 | | | | UNIDAD (SERVICIOS) | S/. | 150.00 | \$ 45.45 | S/. | 1,800.00 | \$ 545.45 |
| Almacenaje | 12 | | | | UNIDAD (SERVICIOS) | S/. | 495.00 | \$ 150.00 | S/. | 5,940.00 | \$ 1,800.00 |
| Aforo Físico | 12 | | | | UNIDAD (SERVICIOS) | S/. | 99.00 | \$ 30.00 | S/. | 1,188.00 | \$ 360.00 |
| Currier | 12 | | | | UNIDAD (SERVICIOS) | S/. | 250.00 | \$ 75.76 | S/. | 3,000.00 | \$ 909.09 |
| Merchandising | 12 | | | | UNIDAD (SERVICIOS) | S/. | 800.00 | \$ 242.42 | S/. | 9,600.00 | \$ 2,909.09 |
| Total Fob | | | | | | S/. | 74,809.00 | \$22,669.39 | S/. | 897,708.00 | \$ 272,032.73 |

Fuente y elaboración propia.

Dentro de los costos indirectos de producción se encuentran los gastos en servicio de telefonía, alquiler, luz y agua que son propias de la oficina administrativa.

Tabla N° 37. Costos Administrativos

| Costo Administrativo | | | | | | | | | |
|--------------------------|-----------------|-------|-----|---------------------|--------------------|-----|-------------------|------------------|--------------------|
| Categoria/Descripcion | Mes a Proyectar | | | Valor Mensual (S/.) | Valor Mensual (\$) | | Valor Anual (S/.) | Valor Anual (\$) | |
| <u>Gasto Oficina</u> | | | | | | | | | |
| Arriendo | 12 | 60 m2 | S/. | 600.00 | \$ 181.82 | S/. | 7,200.00 | \$ 2,181.82 | |
| Servicio Basicos | 12 | | S/. | 290.00 | \$ 87.88 | S/. | 3,480.00 | \$ 1,054.55 | |
| Mantenimiento de Oficina | 12 | | S/. | 300.00 | \$ 90.91 | S/. | 3,600.00 | \$ 1,090.91 | |
| Suministros de Oficina | 12 | | S/. | 150.00 | \$ 45.45 | S/. | 1,800.00 | \$ 545.45 | |
| Total | | | | | | | S/. | 16,080.00 | \$ 4,872.73 |

Fuente y elaboración propia.

Tabla N° 38. Costo de Servicios Básicos

| Lista de Servicios Basicos | | | | |
|----------------------------|-------------|---------------|-----------|--------------|
| Descripcion | Valor (S/.) | Valor (\$) | | |
| Energia Electrica | S/. | 100.00 | \$ | 30.30 |
| Sedapal | S/. | 40.00 | \$ | 12.12 |
| Telefonia | S/. | 100.00 | \$ | 30.30 |
| Internet | S/. | 50.00 | \$ | 15.15 |
| Total | S/. | 290.00 | \$ | 87.88 |

Fuente y elaboración propia.

5.7 Punto de Equilibrio

Para poder hallar el punto de equilibrio se tuvo que realizar el cálculo de precio, considerando el margen 30 %.

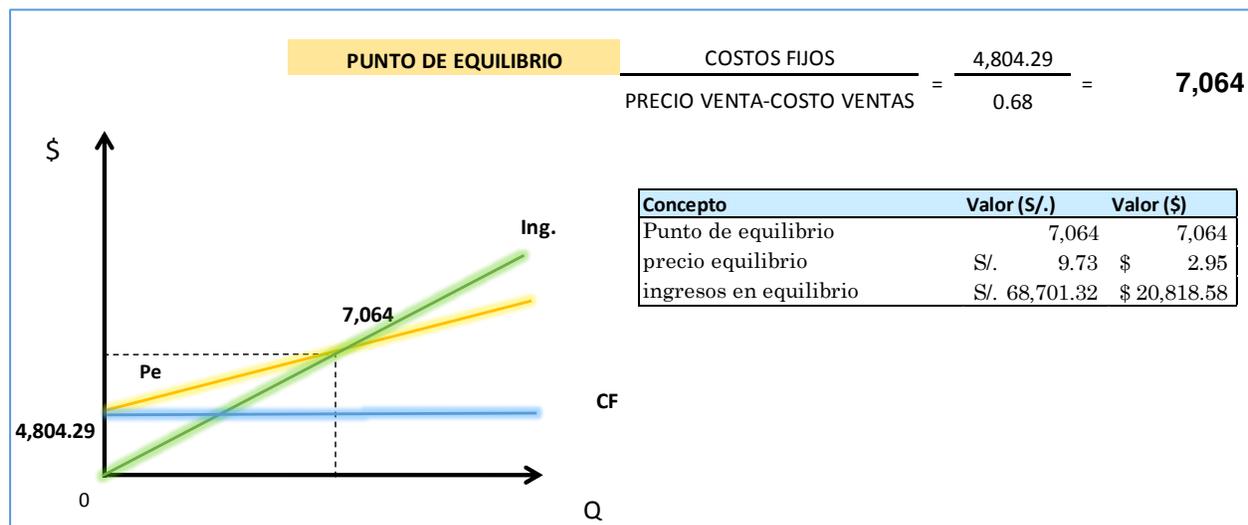
Tabla N° 39. Calculo de Precio

| Calculo de Precio | | | | | | | |
|-----------------------------------|-----------------|-------------------|---------------------|--------------------|-------------------|------------------|--------------------------|
| Categoria/Descripcion | Mes a Proyectar | Unidad Mercaderia | Valor Mensual (S/.) | Valor Mensual (\$) | Valor Anual (S/.) | Valor Anual (\$) | |
| <u>Costo de Venta</u> | | | | | | | |
| Costo Total (FOB) | 12 | 10000 | S/. | 74,809.00 | \$ 22,669.39 | S/. | 897,708.00 \$ 272,032.73 |
| <u>Costo por unidad</u> | | | S/. | 7.48 | \$ 2.27 | | |
| Utilidad (Margen) | | 30% | S/. | 2.24 | \$ 0.68 | | |
| <u>Precio de Venta (Sugerido)</u> | | | S/. | 9.73 | \$ 2.95 | | |

Fuente y elaboración propia.

El punto de equilibrio cálculo es de 5,298 Filtrante de hojas de guanábana orgánica en doy pack 250 gr. en el periodo de un año a fin de no ganar ni perder.

Tabla N° 40. Punto de equilibrio



Fuente y elaboración propia.

5.8 Presupuesto de ingresos

El ingreso de la empresa se basa únicamente en las ventas realizadas durante el año , al finalizar el periodo trazado no se percibirá ingresos por la venta de los muebles o equipos pues se estima que su nivel de uso no traerá consigo valores residuales.

Tabla N° 41. Ingresos por giro de negocio

| Detalle | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Infusion - present. Doy Pack 2.50 gr. | \$ 353,642.5 | \$ 360,715.40 | \$ 378,751.17 | \$ 382,538.68 | \$ 390,189.45 |
| Total de Ventas | \$ 353,642.5 | \$ 360,715.40 | \$ 378,751.17 | \$ 382,538.68 | \$ 390,189.45 |

Fuente y elaboración propia.

5.9 Presupuesto de egresos

Los egresos están constituidos por los costos de la distribución física internacional; los costos indirectos de producción; otros gastos como los sueldos, gastos de oficina, agente de carga , interés prestamos, la depreciación , entre otros.

Tabla N° 42. Presupuesto total de egresos. Expresados en dólares americanos USD

| Egresos | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| (-) Costo de la DFI | \$ 262,127.3 | \$ 267,369.8 | \$ 280,738.3 | \$ 283,545.7 | \$ 289,216.6 |
| (-)Gasto Admsitrativo | \$ 35,002.7 | \$ 35,002.7 | \$ 35,884.9 | \$ 38,913.6 | \$ 40,823.1 |
| (-)Gastos de Venta | \$ 9,905.5 | \$ 10,103.6 | \$ 10,608.7 | \$ 10,714.8 | \$ 10,929.1 |
| (-)Gastos Financiero | \$ 3,884.9 | \$ 2,534.9 | \$ 1,184.9 | \$ 95.3 | \$ - |
| Total de Egresos | \$ 310,920.3 | \$ 315,011.0 | \$ 328,416.8 | \$ 333,269.4 | \$ 340,968.8 |

Fuente y elaboración propia.

5.10 Flujo de caja proyectado

En la siguiente tabla se observa el flujo operativo para los 5 años del proyecto; cabe resaltar que no existen otros ingresos; en los egresos se está considerando compra de mercadería (costo de venta), gasto administrativo (Sueldos y salarios, gastos de oficina, depreciación de activos), Gastos de Venta (Agente de Aduana, Agente de carga, gasto operativo, entre otros) y Gastos Financiero (interés préstamo)

Tabla N° 43. Flujo de caja proyectado

| Informe de Flujo de caja | | | | | | | |
|--------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|
| | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | Total |
| Saldo inicial | \$ 307,940.29 | \$ 307,940.29 | \$ 290,662.50 | \$ 256,055.94 | \$ 224,528.28 | \$ 232,131.16 | |
| Ingresos | | | | | | | |
| Ventas en efectivo | \$ - | \$ 353,642.55 | \$ 360,715.40 | \$ 378,751.17 | \$ 382,538.68 | \$ 390,189.45 | \$ 1,865,837.24 |
| Cobros de ventas a crédito | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Cobros por ventas de activo fijo | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Total Ingresos | \$ - | \$ 353,642.55 | \$ 360,715.40 | \$ 378,751.17 | \$ 382,538.68 | \$ 390,189.45 | \$ 1,865,837.24 |
| Egresos | | | | | | | |
| Compra de mercancía | \$ - | \$ 262,127.27 | \$ 267,369.82 | \$ 280,738.31 | \$ 283,545.69 | \$ 289,216.61 | \$ 1,382,997.70 |
| Gastos Administrativos | \$ - | \$ 35,002.73 | \$ 35,002.73 | \$ 35,884.88 | \$ 38,913.62 | \$ 40,823.06 | \$ 185,627.03 |
| Gastos de Venta | \$ - | \$ 9,905.45 | \$ 10,103.56 | \$ 10,608.74 | \$ 10,714.83 | \$ 10,929.13 | \$ 52,261.72 |
| Pago de interes por prestamo | \$ - | \$ 3,884.88 | \$ 2,534.88 | \$ 1,184.88 | \$ 95.26 | \$ - | \$ 7,699.89 |
| (-15%) Participacion de Trabajadores | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| (-30%) Impuesto a la Renta | \$ - | \$ - | \$ 13,711.32 | \$ 15,100.31 | \$ 14,780.78 | \$ 14,766.20 | \$ 58,358.61 |
| (-5%) Reserva Legal | \$ - | \$ - | \$ 1,599.65 | \$ 1,761.70 | \$ 1,724.42 | \$ 1,722.72 | \$ 6,808.50 |
| Total Egresos | \$ - | \$ 310,920.33 | \$ 330,321.96 | \$ 345,278.82 | \$ 349,774.61 | \$ 357,457.72 | \$ 1,693,753.44 |
| Flujo de caja económico | \$ 307,940.29 | \$ 350,662.50 | \$ 321,055.94 | \$ 289,528.28 | \$ 257,292.35 | \$ 264,862.89 | |
| Financiamiento | | | | | | | |
| Préstamo recibido | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Recuperacion de Cap. De Trabajo | \$ - | \$ - | \$ 5,000.00 | \$ 5,000.00 | \$ 5,000.00 | \$ 5,000.00 | \$ 20,000.00 |
| Pago de préstamos | \$ - | \$ 60,000.00 | \$ 60,000.00 | \$ 60,000.00 | \$ 20,161.19 | \$ -20,161.19 | \$ 180,000.00 |
| Total Financiamiento | \$ - | \$ 60,000.00 | \$ 65,000.00 | \$ 65,000.00 | \$ 25,161.19 | \$ -15,161.19 | \$ 200,000.00 |
| Flujo de caja financiero | \$ 307,940.29 | \$ 290,662.50 | \$ 256,055.94 | \$ 224,528.28 | \$ 232,131.16 | \$ 280,024.08 | |

Fuente y elaboración propia.

5.11 Estado de Ganancias y Pérdida

Los resultados de ganancia y perdida de la empresa muestra la utilidad liquida de los 5 años proyectados.

Tabla N° 44. Estado de ganancias y perdidas

| Estado de Ganacias y Perdidas | | | | | |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| Categoria/Descripcion | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Ventas | \$ 353,642.5 | \$ 360,715.40 | \$ 378,751.17 | \$ 382,538.68 | \$ 390,189.45 |
| (-) Costo de Ventas | \$ 262,127.27 | \$ 267,369.82 | \$ 280,738.31 | \$ 283,545.69 | \$ 289,216.61 |
| Total Utilidad Bruta | \$ 91,515.27 | \$ 93,345.58 | \$ 98,012.86 | \$ 98,992.99 | \$ 100,972.85 |
| (-)Gasto Admimsitrativo | \$ 35,002.73 | \$ 35,002.73 | \$ 35,884.88 | \$ 38,913.62 | \$ 40,823.06 |
| Sueldos y Salarios | \$ 29,405.23 | \$ 29,405.23 | \$ 30,287.38 | \$ 33,316.12 | \$ 34,981.93 |
| Gastos de Oficina | \$ 4,872.73 | \$ 4,872.73 | \$ 4,872.73 | \$ 4,872.73 | \$ 5,116.36 |
| Depreciacion de Activos | \$ 724.77 | \$ 724.77 | \$ 724.77 | \$ 724.77 | \$ 724.77 |
| (-)Gastos de Venta | \$ 9,905.45 | \$ 10,103.56 | \$ 10,608.74 | \$ 10,714.83 | \$ 10,929.13 |
| Agente de Aduana | \$ 1,200.00 | \$ 1,224.00 | \$ 1,285.20 | \$ 1,298.05 | \$ 1,324.01 |
| Agente de Carga | \$ 1,454.55 | \$ 1,483.64 | \$ 1,557.82 | \$ 1,573.40 | \$ 1,604.86 |
| Gasto Operativo | \$ 545.45 | \$ 556.36 | \$ 584.18 | \$ 590.02 | \$ 601.82 |
| Almacen | \$ 1,800.00 | \$ 1,836.00 | \$ 1,927.80 | \$ 1,947.08 | \$ 1,986.02 |
| Aforo Fisico | \$ 360.00 | \$ 367.20 | \$ 385.56 | \$ 389.42 | \$ 397.20 |
| Courrier | \$ 909.09 | \$ 927.27 | \$ 973.64 | \$ 983.37 | \$ 1,003.04 |
| Merchandising | \$ 2,909.09 | \$ 2,967.27 | \$ 3,115.64 | \$ 3,146.79 | \$ 3,209.73 |
| Transporte Nacional | \$ 727.27 | \$ 741.82 | \$ 778.91 | \$ 786.70 | \$ 802.43 |
| Viaticos | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| (-)Gastos Financiero | \$ 3,884.88 | \$ 2,534.88 | \$ 1,184.88 | \$ 95.26 | \$ - |
| Interes Prestamo | \$ 3,884.88 | \$ 2,534.88 | \$ 1,184.88 | \$ 95.26 | \$ - |
| Utilidad antes de participacion e impuestos | \$ 42,722.21 | \$ 45,704.41 | \$ 50,334.35 | \$ 49,269.27 | \$ 49,220.65 |
| (-15%) Participacion Trabajadores | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Utilidad Imponible | \$ 42,722.21 | \$ 45,704.41 | \$ 50,334.35 | \$ 49,269.27 | \$ 49,220.65 |
| (-30%) Impuesto a la renta | \$ - | \$ 13,711.32 | \$ 15,100.31 | \$ 14,780.78 | \$ 14,766.20 |
| Utilidad neta del ejercicios | \$ 42,722.21 | \$ 31,993.09 | \$ 35,234.05 | \$ 34,488.49 | \$ 34,454.46 |
| (-5%) Reserva Legal | \$ - | \$ 1,599.65 | \$ 1,761.70 | \$ 1,724.42 | \$ 1,722.72 |
| Utilidad Liquida del ejercicio | \$ 42,722.21 | \$ 30,393.43 | \$ 33,472.35 | \$ 32,764.07 | \$ 32,731.74 |

Fuente y elaboración propia.

Asimismo, en el siguiente cuadro se expresa la evolución de la inversión durante los 5 años, de esta manera de calcula el flujo financiero.

Tabla N° 45. Informe de flujo financiero

| INFORME DE FLUJO FINANCIERO DE LA CAJA | | | | | | |
|--|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| AÑO | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Saldo Inicial | | \$ 307,940.29 | \$ 290,662.50 | \$ 256,055.94 | \$ 224,528.28 | \$ 232,131.16 |
| Utilidad | | \$ 42,722.21 | \$ 30,393.43 | \$ 33,472.35 | \$ 32,764.07 | \$ 32,731.74 |
| Aporte de Socios | \$ 107,779.10 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Prestamo Bancario | \$ 200,161.19 | \$ - | | | | |
| (+)Inversion | \$ 307,940.29 | \$ 350,662.50 | \$ 321,055.94 | \$ 289,528.28 | \$ 257,292.35 | \$ 264,862.89 |
| Pagos de Capital | | \$ -60,000.00 | \$ -60,000.00 | \$ -60,000.00 | \$ -20,161.19 | \$ 20,161.19 |
| Recuperacion Capital de Trabajo | | \$ - | \$ -5,000.00 | \$ -5,000.00 | \$ -5,000.00 | \$ -5,000.00 |
| Total | \$ -307,940.29 | \$ 290,662.50 | \$ 256,055.94 | \$ 224,528.28 | \$ 232,131.16 | \$ 280,024.08 |

Fuente y elaboración propia.

5.12 Evaluación de la Inversión

Se ha realizado la evaluación económica, financiera, social y ambiental del proyecto.

5.12.1 Evaluación Económica

Según el análisis realizado al flujo de caja se puede apreciar que los resultados en relación a un flujo de caja económico muestra un “Valor actual neto” de \$ 504,422.96 y una TIR Económica de 103% haciendo viable el proyecto.

Tabla N° 46. Valor actual neto económico

| VALOR ACTUAL NETO | | | | | | |
|---|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| \$ -307,940.29 | \$ 290,662.50 | \$ 256,055.94 | \$ 224,528.28 | \$ 232,131.16 | \$ 280,024.08 | |
| | | | | | | |
| Tasa minima aceptable de rendimiento= 20% | | | | | | |
| VAN = | \$ -307,940.29 + | \$ 290,662.50 + | \$ 256,055.94 + | \$ 224,528.28 + | \$ 232,131.16 + | \$ 280,024.08 |
| | | 1.2 | 1.44 | 1.728 | 2.0736 | 2.48832 |
| VAN(E) = \$ 504,422.96 | | | | | | |
| TASA INTERNA DE RETORNO | | | | | | |
| TIR= | 0= \$ -307,940.29 + | \$ 290,662.50 + | \$ 256,055.94 + | \$ 224,528.28 + | \$ 232,131.16 + | \$ 280,024.08 |
| | | (1+i) ¹ | (1+i) ² | (1+i) ³ | (1+i) ⁴ | (1+i) ⁵ |
| TIR (E) = 103% | | | | | | |
| Total (E) | \$ -307,940.29 | \$ 350,662.50 | \$ 321,055.94 | \$ 289,528.28 | \$ 257,292.35 | \$ 264,862.89 |

Fuente y elaboración propia.

5.12.2 Evaluación Financiera

En relación al análisis realizado al flujo de caja financiero se puede apreciar de manera más real el Valor Actual neto y la TIR con valor de \$ 388,759.84 y 82% respectivamente, siendo estos resultados positivos para un proyecto con la situación expuesta haciendo 100% viable y sostenible el presente proyecto durante el tiempo.

Tabla N° 47. Valor actual neto financiero

| VALOR ACTUAL NETO | | | | | | |
|---|-------------|-------------|-------------|------------|--------------------|------------|
| \$ | -307,940.29 | \$ | 290,662.50 | \$ | 256,055.94 | \$ |
| \$ | 224,528.28 | \$ | 232,131.16 | \$ | 280,024.08 | |
| | | | | | | |
| Tasa minima aceptable de rendimiento= 20% | | | | | | |
| VAN = | \$ | -307,940.29 | + | \$ | 290,662.50 | + |
| | | | | | 1.2 | + |
| | | | | \$ | 256,055.94 | + |
| | | | | | 1.44 | + |
| | | | | \$ | 224,528.28 | + |
| | | | | | 1.728 | + |
| | | | | \$ | 232,131.16 | + |
| | | | | | 2.0736 | |
| VAN(F) = \$ 388,759.84 | | | | | | |
| TASA INTERNA DE RETORNO | | | | | | |
| TIR= | 0= | \$ | -307,940.29 | + | \$ | 290,662.50 |
| | | | | | (1+i) ¹ | + |
| | | | | \$ | 256,055.94 | + |
| | | | | | (1+i) ² | + |
| | | | | \$ | 224,528.28 | + |
| | | | | | (1+i) ³ | + |
| | | | | \$ | 232,131.16 | + |
| | | | | | (1+i) ⁴ | |
| TIR (F) = 82% | | | | | | |
| Total (F) | \$ | -307,940.29 | \$ | 290,662.50 | \$ | 256,055.94 |
| | | | | \$ | 224,528.28 | \$ |
| | | | | \$ | 232,131.16 | \$ |
| | | | | \$ | 280,024.08 | |

Fuente y elaboración propia.

5.12.3 Evaluación Social

El plan de negocios de las infusiones a base de hojas de guanábana orgánica no genera ningún conflicto entre los grupos sociales al contrario aportara con las capacitaciones en temas empresariales a las cooperativas (proveedores de insumos - Asociación Productores de Guanábana del anexo de rio negro, Chanchamayo) siempre buscando el beneficio para ambas partes.

Asimismo, se ofrece al mercado un producto con cualidades nutritivas; generando beneficios para la salud de nuestros clientes. Finalmente, se genera empleo directo por nuestra empresa e indirectamente por el servicio de outsourcing.

5.12.4 Impacto Ambiental

Desde el comienzo la empresa se va a enfocar que los insumos sean cultivados sin pesticidas, fungicidas, ni abonos artificiales sino con productos naturales que ayuden el crecimiento y fortalecimiento de la Guanábana.

Esto se determina con la certificación orgánica; es así como se busca no dañar el ecosistema ni los terrenos. En la tercerización se supervisara que el desecho orgánico sea depositado en un lugar adecuado. Por lo mencionado, este proyecto de negocio no genera ningún impacto negativo en el ambiente sino desarrolla un plan sostenible.

5.13 Evaluación de costo oportunidad de capital de trabajo

El costo promedio ponderado de capital conocido como WACC se ha calculado en función de nuestro monto financiado; el capital; la tasa de financiamiento; la imposición fiscal y el costo de capital propio.

Con la siguiente formulas y los datos de la tabla.

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

Costo de capital propio

$$K_{proy} = R_f + \beta (R_m - R_f) + RP$$

Tabla N° 48. Costo de capital propio

| | | | |
|--------------|--------------------------------------|--------------|---|
| Kproy | Costo de capital propio | 3.72% | COK Rf+(Beta*Prima)+Rp |
| Rf | Tasa libre de riesgo | 2.30% | |
| β | Beta del sector (Building Materials) | 0.55% | Tasa de bonos de Banco central de EEUU |
| Rm – Rf | Prima por riesgo de mercado | 5.59% | |
| RP | Prima por riesgo país | 1.39% | |

Fuente y elaboración propia

Tabla N° 49. Costo promedio ponderado de capital

| | | | |
|-------------|--|---------------|------------|
| CPPK | Costo Promedio Ponderado de Capital | 31% | |
| D | Deuda | \$ 200,161.19 | |
| E | Capital propio | \$ 107,779.10 | |
| Kd | Costo de la deuda | 65% | |
| Tx | Imposición fiscal | 30% | |
| Kproy | Costo del Capital propio | 3.72% | COK |

Fuente y elaboración propia.

5.14 Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Considerando que el mercado al cual la empresa se está enfocando es muy grande y manteniendo que poseemos un único proveedor se tomaron como factores principales para el cálculo de sensibilidad el aumento de los costos/gastos variables y fijos. Así mismo, se ha considerado escenarios de plan de negocio muy optimista y otro en el cual no lo es tanto.

Tabla N° 50. Cuadro de riesgo del tipo de cambio

| CUADRO DE RIESGO DEL TIPO DE CAMBIO | | | | | | | |
|-------------------------------------|------------|------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| T/C | 3.3 | PV | \$ 2.95 | Pv S/. | 9.73 | Pv | \$ 2.95 |
| Costo S/. | S/. 7.48 | Costo \$ | \$ 2.27 | | | Margen | \$ 0.68 |
| | | Precio de Ventas | | | | | |
| Margen (S/.) | S/. 2.24 | \$ 2.53 | \$ 2.66 | \$ 2.80 | \$ 2.95 | \$ 3.09 | \$ 3.25 |
| Tipo de Cambio | S/. 2.69 | ↓ S/. 0.69 | ↓ S/. 0.33 | ↓ S/. 0.04 | ↓ S/. 0.44 | ↓ S/. 0.84 | ↓ S/. 1.25 |
| | S/. 2.83 | ↓ S/. 0.33 | ↓ S/. 0.04 | ↓ S/. 0.44 | ↓ S/. 0.86 | ↓ S/. 1.27 | ↓ S/. 1.71 |
| | S/. 2.98 | ↓ S/. 0.04 | ↓ S/. 0.44 | ↓ S/. 0.86 | ↓ S/. 1.30 | ↓ S/. 1.73 | ↓ S/. 2.20 |
| | S/. 3.14 | ↓ S/. 0.44 | ↓ S/. 0.86 | ↓ S/. 1.30 | ↓ S/. 1.76 | ↓ S/. 2.22 | ↓ S/. 2.70 |
| | S/. 3.30 | ↓ S/. 0.86 | ↓ S/. 1.30 | ↓ S/. 1.76 | ↓ S/. 2.24 | ↓ S/. 2.73 | ↓ S/. 3.24 |
| | S/. 3.47 | ↓ S/. 1.27 | ↓ S/. 1.73 | ↓ S/. 2.22 | ↓ S/. 2.73 | ↓ S/. 3.24 | ↓ S/. 3.78 |
| | S/. 3.64 | ↓ S/. 1.71 | ↓ S/. 2.20 | ↓ S/. 2.70 | ↓ S/. 3.24 | ↓ S/. 3.78 | ↓ S/. 4.34 |
| | S/. 3.82 | ↓ S/. 2.17 | ↓ S/. 2.68 | ↓ S/. 3.21 | ↓ S/. 3.78 | ↓ S/. 4.34 | ↓ S/. 4.93 |
| | S/. 4.01 | ↓ S/. 2.65 | ↓ S/. 3.19 | ↓ S/. 3.75 | ↓ S/. 4.34 | ↓ S/. 4.93 | ↓ S/. 5.55 |
| S/. 4.21 | ↓ S/. 3.16 | ↓ S/. 3.72 | ↓ S/. 4.31 | ↓ S/. 4.93 | ↓ S/. 5.55 | ↓ S/. 6.20 | |

Fuente y elaboración propia

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Los regímenes tributario y laboral a los que se acoge la empresa se asignó para la organización son el Régimen general y régimen laboral de empresa privada. Esto permitirá minimizar los costos de la organización y serán establecidos en el tiempo. Asimismo, la empresa se sostendrá en relación a la “Sociedad Anónima Cerrada”.
- Se concluyó del análisis de mercado que el mercado estadounidense es el destino más adecuado para la infusión orgánica de hojas de guanábana por la concentración de personas que cuidan su salud, buscan prevenir la enfermedad del cáncer y la valoración de los productos orgánicos.
- Las infusiones que se ofrecen al mercado estadounidense son de calidad y su proceso productivo se encuentran bajo el control de normas internacionales e incluso estos productos están certificados. De esta forma, no son afectadas por las barreras para-arancelarias del mercado estadounidense.
- Para poder llegar al consumidor final es necesario utilizar a los intermediarios de la cadena, en este caso será por medio de un partner/distribuidor en el país destino lo cual permitirá manejar un nivel de ventas estable durante los primeros años.
- Los resultados integrales proyectados del negocio se ven reflejados con un VAN de \$388,759.84 y la TIR de 82% el cálculo se llevó a cabo utilizando una proyección de 5 años y concluyendo que el proyecto resulta transparente, viable y rentable por los datos positivos.

5.2 Recomendaciones.

- Considerando que el Perú es uno de los principales países exportador de guanábana nivel mundial y que tiene cosechas durante casi todo el año, se puede utilizar como ventaja a diferencia de los demás países
- El mercado al cual se dirige nuestra empresa es altamente competitivo, por lo que se recomienda generar lazos de lealtad con los importadores y desarrollar estrategias de marketing.
- Se recomienda que después de la introducción del producto se busque nuevos canales de comercialización y se venda directamente a los distribuidores finales de tal forma que el margen de ganancia sea mayor.
- Se recomienda investigar en la elaboración de productos nuevos en base de hoja de guanábana a fin de diversificar la línea de producto.
- Después del segundo año en el mercado la empresa debería evaluar las ventajas económicas de la fabricación por la misma organización y no el outsourcing.

REFERENCIAS

Bibliografía

(Abril de 2017). Obtenido de <http://www.aduanet.gob.pe/cl-ad-itestadispartida/resumenPPaisS01Alias>

A Cancer Journal for Clinicians. (Abril de 2017). Obtenido de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.3322/caac.21387/epdf>

Agro data peru. (Abril de 2017). Obtenido de <https://www.agrodataperu.com/2015/06/plantas-y-semillas-de-medicina-y-perfumeria.html>

Agro Data Peru. (Abril de 2017). Obtenido de <https://www.agrodataperu.com/2015/06/plantas-y-semillas-de-medicina-y-perfumeria.html>

BCP. (Mayo de 2017). Obtenido de <https://ww3.viabcp.com/tasasytarifas/tarifasDetalle.aspx?S=52&ASEC=2&O=003>

Brambila, G. C. (08 de 06 de 2012). Organigramas. Definiciones y herramientas. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/organigramas-definiciones-y-herramientas/>

Central Intelligence Agency . (Abril de 2017). Obtenido de <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html>

COFACE. (Marzo de 2017). Obtenido de <http://www.coface.com/News-Publications/Publications/Country-risk-assessment-map-1st-quarter-2017>

Datosmacro.com. (2014). Obtenido de Economía y Demografía de Estados Unidos : <http://www.datosmacro.com/paises/usa>

Departamento Económico y Social. (2008). Depósito de documentos de la FAO. Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/004/y1669s/y1669s0g.htm>

El Peruano. (19 de Diciembre de 2016). LEY MARCO DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO. Obtenido de <http://busquedas.elperuano.com.pe/normaslegales/decreto-legislativo-que-modifica-la-ley-n-28976-ley-marco-decreto-legislativo-n-1271-1465277-3/>

El Portal de los Emprendedores (PQS). (08 de Julio de 2014). EL PORTAL DE LOS EMPRENDEDORES (PQS). Obtenido de <http://www.pqs.pe/emprendimiento/sociedad-anonima-cerrada-caracteristicas-y-beneficios>

Emprendedor.pe. (26 de Agosto de 2013). Obtenido de <http://emprendedor.pe/primera-empresa/952-caracteristicas-de-una-sociedad-anonima-cerrada.html/>

FAO. (2008). Obtenido de Los Mercados Mundiales de Frutas y Verduras Orgánicas: <http://www.fao.org/docrep/004/y1669s/y1669s0g.htm>

FDA. (Marzo de 2017). Obtenido de <https://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/Labelling/Nutrition/ucm247923.htm>

FDA. (Marzo de 2017). Obtenido de <https://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/Labelling/Nutrition/ucm247923.htm>

FDA. (Marzo de 2017). Obtenido de <https://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/Labelling/Nutrition/ucm247927.htm>

Ferias Alimentarias. (Marzo de 2017). NATURAL PRODUCTS EXPO WEST 2016. Obtenido de http://www.feriasalimentarias.com/main/oblea.asp?id_feria=14#comoll

GNB. (Mayo de 2017). Obtenido de
[file:///C:/Users/Noelia/Downloads/TarifarioCartasdeCreditoExportacion%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Noelia/Downloads/TarifarioCartasdeCreditoExportacion%20(1).pdf)

IARC. (Abril de 2017). Obtenido de <http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/8115071e.pdf?expires=1494893434&id=id&accname=guest&checksum=DC9B688BAB84B27C8285622A8F34D5DF>

INDECOPI. (2017). Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>

INEI. (2015). Perú: Anuario de Estadísticas Ambientales 2013. Lima: INEI.

INEI. (enero de 2010). Clasificación Industrial Internacional Uniforme.

Instituto Nacional del Cáncer. (Abril de 2017). Obtenido de
<https://www.cancer.gov/espanol/cancer/naturaleza/estadisticas>

Instituto Nacional del Cáncer. (Abril de 2017). Obtenido de
<https://www.cancer.gov/espanol/cancer/naturaleza/que-es#aparece-cancer>

INTERBANK. (Mayo de 2017). Obtenido de <file:///C:/Users/Noelia/Downloads/TAR-0032.pdf>

La casa de Te. (Mayo de 2017). Obtenido de https://www.lacasadete.es/es/venta-de-te-e-infusiones-compra-online/67-hierba-luisa-cedron-o-verbena-de-indias.html#/31-peso-envase_250_g

Lab - Pack . (Abril de 2017). Obtenido de <http://www.pack-lab.eu/productos/List/show/bolsas-de-pie-doypack-288>

MACMAP. (Mayo de 2017). Obtenido de
<http://www.macmap.org/CountryAnalysis/AverageTariff.aspx>

Mercado libre. (Abril de 2017). Obtenido de <http://listado.mercadolibre.com.pe/cajas-de-carton>

Ministerio de la Produccion. (Marzo de 2017). Obtenido de Crece MYPE:
<http://www.crecemype.pe/portal/index.php/saca-tu-ruc/elige-tu-regimen-tributario>

MINTRA. (2017). Obtenido de
http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/guias/MODELO_DE_CONTRATO_DE_TRABAJO_SUJETO_A_MODALIDAD_.pdf

Moos, V. (08 de Febrero de 2014). cancer vg. Obtenido de
<http://www.cancer.vg/es/annonna-muricata-guanabana-graviola>

ONU. (Abril de 2017). Obtenido de
http://hdr.undp.org/sites/default/files/HDR2016_SP_Overview_Web.pdf

Portal de Servicios al Ciudadano y Empresas. (Marzo de 2017). Servicio al Ciudadano.
Obtenido de
http://www.serviciosalciudadano.gob.pe/bus/fraMarco.asp?tra_url=6_1_1_4%2Ehtm&id_entidad=10050&id_tramite=72381&tipoId=1

PYMEX.PE. (Marzo de 2013). Obtenido de <https://pymex.pe/exportaciones-peruanas/beneficios-al-exportador/demanda-de-productos-naturales-peruanos-en-mercado-de-ee-uu>

Santa Natura. (Mayo de 2017). Obtenido de
<http://www.santanatura.com.pe/producto/hojas-de-guanabana-x-100-gr/>

SCOTIABANK. (Mayo de 2017). Obtenido de <file:///F:/USMP%20-%20TITULO/noelia/PLAN/plan%20de%20comercio%20internacional/c.c%20scotiabnk.pdf>

SIICEX. (2013). Obtenido de

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/468506723rad9D675.pdf>

SIICEX. (2017). Obtenido de

http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=293.26200

SIICEX. (MARZO de 2017). Obtenido de

http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=98&pnomproducto=Hojas

SIICEX. (Marzo de 2017). Obtenido de

http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/fichaproducto/hojas_de_guanabana1.pdf

SUNAT - Arancel . (26 de Marzo de 2017). Superintendencia Nacional de Administracion Tributaria. Obtenido de <http://www.aduanet.gob.pe/servlet/XAIScroll?Partida=1211909090>

SUNAT . (Abril de 2017). Obtenido de

<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/despa-pg.02.htm>

SUNAT,MYPES,REGIMEN TRIBUTARIO. (Marzo de 2017). GESTION. Obtenido de <http://gestion.pe/economia/sunat-regimen-mype-tributario-pagara-menos-impuestos-2179990>

SUNAT. (20 de Marzo de 2017). Como Iniciar un Negocio. Obtenido de

http://www.sunat.gob.pe/institucional/publicaciones/revista_tributemos/tribut100/procedimiento.htm

SUNAT. (20 de Marzo de 2017). Obtenido de

<http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/informacion-general-planilla-electronica>

SUNAT. (20 de Marzo de 2017). Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/informacion-general-planilla-electronica>

SUNAT. (20 de Marzo de 2017). RÉGIMEN LABORAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>

SUNAT. (2017). Regimen Laboral de la Micro y Pequeña Empresa. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>

SUNAT. (26 de Marzo de 2017). Superintendencia Nacional de Administracion Tributaria. Obtenido de <http://www.aduanet.gob.pe/servlet/XAIScroll?Partida=1211909090>

SUNAT. (Abril de 2017). Obtenido de <http://www.aduanet.gob.pe/cl-ad-itestadispartida/resumenPPaisS01Alias>

SUNAT. (Marzo de 2017). Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/personas-menu/impuesto-a-la-renta-personas-ultimo/rentas-de-quinta-categoria-personas/3070-01-concepto-de-rentas-de-quinta-categoria>

Tea Shop. (Mayo de 2017). Obtenido de <http://teashop.eu/shop/es/te-granel/te-verde/te-verde-vainilla.html>

Trade Map . (Mayo de 2017). Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3||||1211|||4|1|1|1|2|1|2|1|1

TRADEMAP. (Marzo de 2017). Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3||||121190|||6|1|1|2|2|1|2|2|1

TRADEMAP. (Marzo de 2017). TRADEMAP. Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3||||121190|||6|1|1|1|2|1|2|1|1

TRADEMAP. (Marzo de 2017). TRADEMAP. Obtenido de

http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3||||121190|||6|1|1|2|2|1|2|2|1

TRADEMAP. (Marzo de 2017). TRADEMAP. Obtenido de

http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_Graph.aspx?nvpm=3|842||||121190|||6|1|1|1|1||2|1|1

United States Census . (Abril de 2017). Obtenido de <https://www.census.gov/popclock/>

United States Census. (Marzo de 2017). Obtenido de <https://www.census.gov/popclock/>

USA Center. (2015). Obtenido de The USA Online: <http://www.theusaonline.net/>

Wong. (Mayo de 2017). Obtenido de

<https://www.wong.com.pe/FO/supermercados/index.go>

World Factbook. (Marzo de 2017). Obtenido de

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html>

ANEXOS

ANEXO N° 1: MODELO DE CONTRATO DE TRABAJO SUJETO A MODALIDAD

Conste por el presente documento, que se suscribe por triplicado con igual tenor y valor, el contrato de trabajo sujeto a modalidad que al amparo del Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo N° 728, Decreto Supremo N° 003-97-TR, Ley de Productividad y Competitividad Laboral y normas complementarias, que celebran de una parte⁽¹⁾, con R.U.C. N° y domicilio real en, debidamente representada por el señor⁽²⁾, con D.N.I N°, a quien en adelante se le denominará EL EMPLEADOR, y de la otra parte, don(ña) con D.N.I. N°, domiciliado en, a quien en adelante se le denominará EL TRABAJADOR, en los términos y condiciones siguientes:

1.- EL EMPLEADOR es una, cuyo objeto social es.....y que ha sido debidamente autorizada por....., de fecha, emitida por....., que requiere de los servicios del TRABAJADOR en forma⁽³⁾ para.....⁽⁴⁾.

2.- Por el presente contrato, EL TRABAJADOR se obliga a prestar sus servicios al EMPLEADOR para realizar las siguientes actividades:....., debiendo someterse al cumplimiento estricto de la labor, para la cual ha sido contratado, bajo las directivas de sus jefes o instructores, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración y dirección de la empresa, de conformidad con el artículo 9° del Texto Único Ordenado de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral, aprobado por Decreto Supremo N° 003-97-TR.

3.- La duración del presente contrato es de.....(5), iniciándose el día.....de.....20..... y concluirá el díade.....20....

4.- En contraprestación a los servicios del TRABAJADOR, el EMPLEADOR se obliga a pagar una remuneración(6) de (.....). Igualmente se obliga a facilitar al trabajador los materiales necesarios para que desarrolle sus actividades, y a otorgarle los beneficios que por ley, pacto o costumbre tuvieron los trabajadores del centro de trabajo contratados a plazo indeterminado.

(1) Nombre o razón social del empleador

(2) Nombre y cargo de representante

(3) En forma temporal, accidental o para obra o servicio

(4) Señalar la modalidad del contrato y las causas determinantes de la contratación

(5) Meses o años Por necesidades de mercado: 5 años Por reconversión empresarial: 2 años
 Accidental: 6 meses al año Suplencia: la que resulte necesaria, según las circunstancias
 Emergencia: la que resulte necesaria Para obra o servicio: la que resulte necesaria Intermitente:
 no tiene plazo de duración máximo De temporada: depende de la duración de la temporada

(6) mensual, quincenal, semanal

5. EL TRABAJADOR deberá prestar sus servicios en el siguiente horario: dea
(días), de..... a(horas), teniendo un refrigerio de (Minutos), que será
 tomado de.....a.....

6.- EL EMPLEADOR, se obliga a inscribir al TRABAJADOR en el Libro de Planillas de
 Remuneraciones, así como poner a conocimiento de la Autoridad Administrativa de Trabajo el
 presente contrato, para su conocimiento y registro, en cumplimiento de lo dispuesto por artículo
 73° del Texto Único ordenado del Decreto Legislativo N° 728, Ley de Productividad y
 Competitividad laboral, aprobado mediante Decreto Supremo N° 003-97-TR.

7.- 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 a la cláusula tercera, oportunidad en la cual se abonará al TRABAJADOR los
 beneficios sociales, que le pudieran corresponder de acuerdo a Ley.

8.- En todo lo no previsto por el presente contrato, se estará a las disposiciones laborales que
 regulan los contratos de trabajo sujeto a modalidad, contenidos en el Texto Único Ordenado del
 Decreto Legislativo N° 728 aprobado por el Decreto Supremo N° 003-97-TR, Ley de
 Productividad y Competitividad Laboral.

9.- Las partes contratantes renuncian expresamente al fuero judicial de sus domicilios y se
 someten a la jurisdicción de los jueces de.....para resolver cualquier controversia que
 el cumplimiento del presente contrato pudiera originar.

Firmado en..... a los (días) del (mes) de 20...

EMPLEADOR TRABAJADO

TRABAJADOR

ANEXO N° 2: COTIZACIÓN DE COMPRA-VENTA DE PRODUCTOS Y/ SERVICIOS

Conste por el presente documento, el Contrato de Compra Venta que celebran de una parte **HANPI QORA S.A.C**, empresa constituida bajo las leyes de Perú inscrita en la ficha 004029 en el Registro de Empresas, con el domicilio Ate – Vitarte , Av. Capitán Carmona nro. 224 urb. Industrial Vulcano; Lima – Perú para efectos del presente contrato y debidamente representada por la señorita Noelia Vanessa Arellano Medina identificado con DNI 46579097 (a quien en adelante se le denominará “El Vendedor”); y, de la otra parte, **Andean treasures Ltd.** con domicilio en 2555 SW 25th Ave, Miami, FL 33133, EE. UU; debidamente representada por la señora Miriam Cajacuri, identificado con DNI 05832928,(a quien en adelante se le denominará “El Comprador”), en los términos y condiciones siguientes:

ANTECEDENTES

1. **HANPI QORA S.A.C** es una sociedad constituida por escritura pública de fecha Julio 2017 extendida ante el Notario Público de Lima Dr. Alberto Zambrano Manrique, siendo el objeto social de la empresa la comercialización de infusiones orgánicas.
2. **Andean treasures Ltd.** Es una empresa importadora, comercializadora y distribuidora de diversas variedades de infusiones en el mercado estadounidense tiene el objetivo de agregar una nueva línea de infusiones.

PRIMERA: Objeto del contrato-producto

Considerando las actividades que cada una de las partes realiza, ambas dejan constancia mediante el presente documento, que aceptan en celebrar un Contrato de Compra Venta, mediante el cual el comprador se compromete a pagar la mercancía enviada en el lugar designado por ambas partes.

El Vendedor se compromete a enviar la mercancía especificada al lugar determinado por ambas partes en el plazo que será indicado por “El Comprador”.

Se entiende por mercancía:

Las infusiones de hojas de guanábana orgánica en envases de doy packs de 250 gr. con cierre zip y cierre. La presentación de venta ofrecida al comprador son cajas de cartón impresas conteniendo 18 bolsas y en total 128 cajas

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 del 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** Callao donde:

- “El Vendedor” realiza la entrega cuando la mercancía sobrepasa la borda 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 haya sobrepasado la borda 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 haya sobrepasado la borda 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 “2.95” dólares FOB – CALLAO en la presentación de 250 gr; es decir US\$ 28,397.12 dólares americanos por los 10000 doy packs. Sera 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 al 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 el un monto de US\$ 28,397.12 dólares americanos, de carácter irrevocable y a la vista, las operaciones serán notificados al banco GNB.

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 de 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 del 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 este.

“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 mercancía 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 las 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 expresa 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 15 días del mes de junio del 2017.

ANEXO N° 3: COTIZACIONES DE ACTIVOS

R. DOY INDUSTRIAL S.A.C



Mobiliario integral para oficinas

Productos destacados y mas

| |
|-------------------|
| COTIZACION |
| A-084784 |

Atendiendo su amable solicitud estamos enviando cotización de los productos requeridos, para nosotros es un placer poner nuestra compañía a su servicio.

| NIT | CLIENTE | CONTACTO | FECHA | CIUDAD | | | |
|--|---|--|-------------|-----------|--------------|--------------------|--------------|
| 900.491.948-2 | HANPI QORA S.A.C | NOELIA ARELLANO MEDINA | 15-jun-2017 | LIMA | | | |
| TELEFONO | DIRECCION | E-MAIL | DESCUENTO | T. PAGO | | | |
| 3488340 | AV. CAPITAN CARMONA NRO. 224 URB. INDUSTRIAL VULCANO, ATE-VITARTE | narellano@gmail.com | 0% | A 30 DIAS | | | |
| ITEM | CODIGO | DESCRIPCION | CANTIDAD | UNIDAD | VR. UNITARIO | VR. TOTAL | |
| 1 | 23FR45 | ESTANTE IK- 1142 | 2 | UND | 127 | S/. 254.24 | |
| 2 | 23FT23 | MESA DE REUNION CIRCULAR X-8430 | 1 | UND | 169 | S/. 169.49 | |
| 3 | 48FG008 | SILLA EJECUTIVA ZIENA | 8 | UND | 68 | S/. 542.40 | |
| 4 | 47FJN21 | ESCRITORIO LIK -110M | 4 | UND | 339 | S/. 1,355.92 | |
| 5 | 65FGG54 | CUBICULO DJ34 | 4 | UND | 102 | S/. 406.76 | |
| | | | | | | GRAN TOTAL | S/. 2,728.81 |
| | | | | | | DTO | S/. - |
| VALIDES DE LA COTIZACION DE 15 DIAS. LOS COSTOS INCUYEN EL ENVIO A LA EMPRESA . | | | | | | SUBTOTAL | S/. 2,728.81 |
| | | | | | | IGV 18% | S/. 491.19 |
| | | | | | | VALOR TOTAL | S/. 3,220.00 |
| <p>ATENTAMENTE</p> <p>CESAR NUNAHUANCA P. TELF: 99810442 DPT DE VENTAS comercial@ikasa.com.pe</p> | | | | | | | |
| AV. MEXICO NRO. 935 P.J. MATUTE LIMA - LIMA - LA VICTORIA | | | | | | | |



KBO INTERNATIONAL PERU S.A.C

Av. Gozzoli Norte N° 580 Of. 202 – San Borja

Fono: 225.9237 / 225 1746 - FAX 226.1525

Señores: **HANPI QORA S.A.C**

Atención: **Srta. Noelia Arellano.**

Fecha: **24.05.17**

Suministros Remanufacturados HP/ EPSON/XEROX

| Código | Modelo Impresora | Cantidad | Precio U. \$ | Subtotal | IGV | Total \$ |
|---------------------------|---|----------|--------------|----------|-----------|---------------|
| CE285A | Epson Multifuncional Expression XP-201 Imprime, Copia, Escanea | 1 | 71.65 | 71.65 | 12.90 | 84.55 |
| CF283A | laptop HP | 4 | 513.61 | 2054.44 | 369.80 | 2424.24 |
| TOTAL INCLUIDO IGV | | | | | \$ | 418.32 |

PRECIOS EN DOLARES US\$

FORMA DE PAGO: CREDITO 30 DIAS

ENTREGA A LAS 24 HORAS DE RECIBIDO O/C

TODOS LOS PRODUCTOS COTIZADOS CUENTAN CON 100% GARANTIA DE KBO INTERNATIONAL

KBO INTERNATIONAL PERU SAC

RUC: 20460371032

Enrique Asencios

ventas8@kbo.com.pe

NEXTEL: 6236652

Telf. 2259237

**PROFORMA DEL SERVICIO DE
ENVASADO DE INFUSIONES FILTRANTES**

Somos la empresa AGROPECUARIA COMERCIAL DEL PERU SRL, actualmente estamos ofreciendo el servicio de envasado de infusiones filtrantes a diversas empresas que deseen procesar su marca de infusiones en nuestra planta de envasado.

Nuestra planta se encuentra ubicada en esta dirección: Av. Victor A. Belaúnde 801 - 803, Carmen de la Legua, Callao, Lima.

Nuestro servicio consta de ofrecerle el envasado incluyendo los siguientes insumos de envasado. Ustedes nos brindarían únicamente de los siguientes insumos para su procesamiento:

**MATERIA PRIMA
SOBREENVOLTURAS (ENVASES Y CAJAS)**

Los costos que le brindamos por el servicio de envasado serían los siguientes:

| CANTIDADES DE INFUSIONES | COSTO DE ENVASADO |
|-----------------------------|----------------------|
| 5,000 | S/. 2.50 |
| 10,000 | S/. 2.25 |
| 50,00 | S/. 2.00 |

*costo incluyen IGV

Esperamos que nuestro ofrecimiento así como los precios que les hemos expuesto sean óptimos para los fines de su empresa.

Cualquier otra consulta no dude en comunicarse con nosotros.
Muchas Gracias.

Atte.

Joselyn Alcántara García
Gerente General
Agropecuaria Comercial del Perú SRL.

ANEXO N° 5: COTIZACIÓN DE AGENTE DE ADUANAS

| | | | | |
|---|-------------------|--|----------------------------|--|
|  ANTARES ADUANAS <small>GRUPO TRANSMERIDIAN</small> | | PROFORMA : 001/02231129 | | |
| AV. CANAVAL Y MOREYRA NRO. 340 LIMA - SAN ISIDRO LIMA - PERU CENTRAL TELEFONICA : 616-3900 FAX : 616-3901 | | SEÑORES : HANPI QORA S.A.C. DIRECCION : Av. CAPITAN CARMONA NRO. 224 URB. INDUSTRIAL VULCANO - ATE VITARTE ATENCION : NOELIA VANESSA ARELLANO MEDINA | | |
| NAVE | | LLEGADA | A.W.B. - B/L | ADUANA |
| | | | | ORDEN DESP. |
| | | | MARITIMA DEL CALLAO | 2017/00000017 |
| BULTOS | PESO | RESUMEN | | REF. CLIENTE |
| 0.00 | 0.000 | PRODUCTO VEGETAL | | FECHA |
| | | | | 28/04/2017 |
| FOB US\$ | FLETE US\$ | SEGURO US\$ | CIF US\$ | T.C. |
| 74,809.00 | 1,234 | 6.65 | - | |
| | | | | COD.VENEDOR |
| | | | | Mercedes Suize |
| DERECHOS DE ADUANA Y OTROS | | | TOTAL GASTOS | |
| Ad - Valorem Impto.General Ventas 16 % Impto.Promoc.Municip 2% | | | 0.00 185.00 58.00 | TRANSPORTE IMPO. 200.00 VISTO BUENO IMPO. 185.00 MOVILIZACION IMPO. 200.00 AFORO FISICO IMPO. 99.00 RECONOCIMIENTO PREVIO IMPO. 145.00 ALMACENAJE 495.00 DESCARGA 200.00 SERVICIOS OPERATIVOS IMP. 150.00 |
| TOTAL DERECHOS | | | S/ | 243.00 |
| OBSERVACIONES: CTA CTE MN : 193-1872357-0-95 BCP (DERECHOS) GASTOS DE AFORO FISICO Y MOVILIZACION, EN FUNCION DE OBTENER CANAL DE CONTROL ROJO, CASO CONTRARIO NO SE FACTURARÁ. GASTOS DE RECONOCIMIENTO PREVIO EN CASO NO SE REQUIERA, NO SE FACTURARÁ. GASTOS DE VISTO BUENO,GATE IN Y DESCARGA ESTARÁN EN FUNCIÓN A LA LÍNEA NAVIERA, DEPÓSITO VACIOS Y ALMACÉN DE INGRESO. TRANSPORTE CONSIDERADO DE CALLAO - CHOSICA | | | | |
| ESTA PROFORMA ESTA SUJETA A VARIACION DE ACUERDO A COSTOS REALES | | | | |
| | | | COMISION | S/ 400.00 |
| | | | VALOR VENTA | S/ 2,074.00 |
| | | | I.G.V. (18%) | S/ 373.32 |
| | | | TOTAL DERECHOS | S/ 243.00 |
| GIRAR CHEQUE A NOMBRE DE ANTARES ADUANAS S.A.C. | | | TOTAL A PAGAR | S/ 2,690.32 |
| SON : DOS MIL SEISCIENTOS NOVENTA Y 32/100 SOLES | | | | |