



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

**EXPORTACIÓN DE CERVEZA ARTESANAL AL  
MERCADO DE SANTIAGO DE CHILE**

**PRESENTADA POR  
RENZO JAIR TAPIA DÍAZ**

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

**LIMA – PERÚ**

**2017**



**CC BY-NC-SA**

**Reconocimiento – No comercial – Compartir igual**

El autor 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**

**PLAN DE NEGOCIOS**

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE CERVEZA ARTESANAL AL  
MERCADO DE SANTIAGO DE CHILE**

**PARA OPTAR**

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

**PRESENTADO POR:**

**RENZO JAIR TAPIA DÍAZ**

**Lima, Perú**

**2017**

## Tabla de Contenido

1	ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN.....	8
2	ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES.....	9
2.1	Nombre o Razón Social .....	9
2.2	Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU) .....	9
2.3	Ubicación y Factibilidad Municipal Y Sectorial .....	10
2.4	Objetivos y Principios de la Empresa en Marcha .....	10
2.5	Ley de MYPE, Micro Y Pequeña Empresa, Características .....	12
2.6	Estructura Orgánica.....	14
2.7	Cuadro De Planilla de Personal .....	16
2.8	Forma Jurídica Empresarial .....	16
2.9	Registro de Marca y Procedimiento en INDECOPI .....	25
2.9.1	Requisitos para la solicitud de registro de marcas de productos y/o servicios: .....	25
2.10	Requisitos Y Trámites Municipales.....	27
2.11	Régimen Tributario Procedimiento desde la Obtención del RUC Y Modalidades .....	28
2.12	Registro De Planillas Electrónicas (PLAME).....	32
2.13	Régimen Laboral Especial Y General Laboral .....	35
2.14	Modalidades De Contratos Laborales .....	39
2.15	Contratos Comerciales y Responsabilidad Civil De Los Accionistas .....	46
3	Plan de Marketing Internacional.....	46
3.1	Descripción del producto .....	46
3.1.1	Clasificación arancelaria .....	48
3.1.2	Propuesta de Valor.....	48
3.1.3	Ficha Técnica comercial.....	49
3.2	Investigación del Mercado Objetivo .....	53
3.2.1	Segmentación del Mercado Objetivo.....	56
3.2.2	Tendencias del consumo .....	65
3.3	Análisis de la Oferta y la demanda .....	66
3.3.1	Análisis de la oferta .....	66
3.3.2	Análisis de la Demanda .....	70
3.4	Estrategias de Ventas y Distribución.....	72
3.4.1	Estrategias de Segmentación .....	72

3.4.2	Estrategias de Posicionamiento .....	72
3.4.3	Estrategias de distribución .....	72
3.5	Estrategias de Promoción.....	73
3.6	Tamaño de planta. Factores condicionantes .....	74
4	Plan de Logística Internacional.....	76
4.1	Envases, Empaques y Embalajes .....	76
4.2	Diseño del Rotulado y Marcado .....	78
4.2.1	Diseño del rotulado .....	78
4.2.2	Diseño del mercado.....	79
4.3	Unitarización y cubicaje de la carga .....	80
4.4	Cadena de DFI de exportación .....	81
4.5	Seguro de las mercancías .....	82
5	PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL .....	83
5.1	Fijación de Precios.....	83
5.1.1	Costos y Precio .....	83
5.1.2	Cotización Internacional.....	85
5.2	Contrato de compra venta internacional (exportaciones) y sus documentos.....	87
5.3	Elección y aplicación del Incoterm .....	90
5.4	Determinación del medio de pago y cobro .....	90
5.5	Elección del régimen de exportación .....	93
5.6	Gestión aduanera del comercio internacional.....	93
5.7	Gestión de las operaciones de exportación. Flujograma .....	96
6	PLAN ECONÓMICO FINANCIERO .....	97
6.1	Inversión Fija .....	97
6.1.1	Activos Tangibles .....	97
6.1.2	Activos Intangibles .....	97
6.2	Capital de Trabajo .....	98
6.3	Inversión Total.....	99
6.4	Estructura de Inversión y Financiamiento.....	99
6.5	Fuentes Financieras y Condiciones de Crédito.....	99
6.6	Presupuesto de Costos.....	100
6.7	Punto de Equilibrio.....	102
6.8	Tributación a la exportación.....	104

6.9	Presupuesto de Ingresos .....	104
6.10	Presupuesto de Egresos .....	105
6.11	Flujo de Caja Proyectado.....	107
6.12	Estado de Ganancias y Pérdidas.....	108
6.13	Evaluación de la Inversión.....	109
6.13.1	Evaluación Económica .....	109
6.13.2	Evaluación Financiera.....	109
6.13.3	Evaluación Social .....	111
6.13.4	Evaluación Ambiental.....	111
6.14	Evaluación de costo de oportunidad del capital de trabajo. ....	111
6.15	Cuadro de Riesgo del tipo de cambio.....	112
7	Conclusiones y Recomendaciones .....	113
7.1	Conclusiones.....	113
7.2	Recomendaciones .....	114
8	REFERENCIAS.....	115

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Clasificación CIU de Nuestro Producto en Perú .....	10
Tabla 2.	Planilla de Remuneraciones .....	16
Tabla 3.	Características de la Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada .....	17
Tabla 4.	Característica de la Sociedad Anónima Abierta .....	17
Tabla 5.	Característica de la Sociedad Anónima Cerrada.....	18
Tabla 6.	Característica de la Sociedad Anónima .....	18
Tabla 7.	Distribución de Aporte del Capital .....	19
Tabla 8.	Requisitos Obligatorios para el PLAME .....	32
Tabla 9.	Características Régimen General y Régimen Especial .....	35
Tabla 10.	Características del contrato .....	38
Tabla 11.	Clasificación Arancelaria Compatible con la Cerveza Artesanal - Chile.....	48
Tabla 12.	Clasificación Arancelaria compatible con la Cerveza Artesanal - Perú.....	48
Tabla 13.	Principales Importadores de América Latina y el Caribe.....	53
Tabla 14.	Variables para Elegir el país de destino .....	55
Tabla 15.	Totalidad de Bares, Minimarkets y Restaurantes en la Comuna de Santiago de Chile .....	59
Tabla 16.	Cantidad de Restaurantes por Comuna Metropolitana .....	59
Tabla 17.	Histórico del consumo Pér Cápita de la Cerveza .....	65
Tabla 18.	Exportación de Cerveza Malta desde Perú.....	68
Tabla 19.	Lista de mejores cervezas artesanales consumidos en Chile .....	71
Tabla 20.	Método Cualitativo por Puntos .....	75
Tabla 21.	Características de la Familia .....	76

Tabla 22. Características de Embalaje y Empaque.....	78
Tabla 23. Estructura de costo unitario .....	83
Tabla 24. Costos de personal .....	83
Tabla 25. Costos indirectos .....	84
Tabla 26. Costos de Exportación .....	84
Tabla 27. Determinación del costo Total y costo Unitario.....	85
Tabla 28. Precio venta FOB .....	85
Tabla 29. Selección de proveedores - Operador Logístico.....	95
Tabla 30. Activos Tangibles .....	97
Tabla 31. Activos Intangibles.....	98
Tabla 32. Capital de trabajo .....	98
Tabla 33. Inversión Total .....	99
Tabla 34. Estructura de financiamiento .....	99
Tabla 35. Cuota de Amortización y Cronograma de pagos .....	100
Tabla 36. Presupuesto de Costo de Venta .....	100
Tabla 37. Costos Directos .....	101
Tabla 38. Costos Indirectos .....	101
Tabla 39. Gastos de Exportación .....	102
Tabla 40. Cuadro de Depreciación de Activos Intangibles .....	102
Tabla 41. Punto de Equilibrio .....	103
Tabla 42. Costos Variables .....	103
Tabla 43. Presupuesto de Ingresos .....	105
Tabla 44. Presupuesto de egresos .....	105
Tabla 45. Gastos Administrativos.....	106
Tabla 46. Gastos Financieros.....	106
Tabla 47. Servicios.....	107
Tabla 48. Flujo de caja proyectado .....	107
Tabla 49. Estado de Ganancias y Pérdidas .....	108
Tabla 50. Evaluación Económica .....	109
Tabla 51. Evaluación financiera.....	109
Tabla 52. Valor actual neto financiero .....	110
Tabla 53. Costo de oportunidad.....	112
Tabla 54. Cuadro de riesgo de tipo de cambio.....	112

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Categoría empresarial para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.....	13
Figura 2. Estructura Orgánica de la empresa: La Fabrica Artesanal SAC .....	14
Figura 3. Ejemplo de Ficha RUC .....	31
Figura 4. Clases de Contrato .....	43
Figura 5. Logo de la Marca: Qué Diablada .....	47
Figura 7. Crecimiento de las importaciones de los países de América Latina y el Catibe .....	54
Figura 8. Puertos Predominantes de exportación de Cerveza.....	54
Figura 9. Crecimiento estimado para el Consumo de Cerveza entre el 2010 y 2015 .....	57
Figura 10. Radiografía del Consumo Chileno de Alcohol en Chile .....	58
Figura 11. Ubicación Geográfica del Distribuidor "El Cielo" .....	60
Figura 12. Factores Importantes .....	62
Figura 13. Producción de Cerveza en el Mundo 2015 .....	66
Figura 14. Lista de exportadores para la partida 2203.00 .....	67
Figura 15. Principales destinos de exportación de Cerveza Malta 2016 .....	68
Figura 16. Principales exportadores de Cerveza Malta.....	69
Figura 17. Lista de importadores para la partida 2203.00 Cerveza de Malta .....	70
Figura 18. Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Chile .....	71
Figura 19. Croquis del Jr. Restauración 287, Breña, Lima7 .....	76
Figura 20. Envase .....	77
Figura 21. Diseño de embalaje y empaque .....	78
Figura 22. Diseño del rotulado .....	79
Figura 23. Diseño del marcado.....	80
Figura 24. Cadena de DFI de Exportación .....	82
Figura 25. Proforma Invoice .....	86
Figura 26. Flujograma de Cobranza Documentaria.....	93
Figura 27. Flujograma.....	96
Figura 28. Punto de equilibrio.....	104
Figura 29. Fórmula costo Capital.....	109

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El objetivo del presente proyecto de exportación es presentar y analizar los aspectos esenciales para realizar exportaciones de la cerveza artesanal peruana al país de Chile de igual manera, considerar la factibilidad económica y financiera del proyecto en un lapso de tiempo de 5 años.

El análisis del mercado, nos revela un alto potencial atractivo para este emprendimiento empresarial ya que, el mercado de la cerveza artesanal crece en un 20% cada año, sólo existe una penetración en el mercado del 1% y al igual que en Perú, hay una tendencia creciente al consumo de este refinado licor para este público más exigente.

Tenemos la idea de incursionar nuestra marca de forma paulatina dentro del mercado chileno, comenzando con una cerveza Golden con una excelente calidad, sabor único, exquisito aroma y orientado al segmento premium a donde nos queremos dirigir.

Los resultados económicos que se han obtenido, nos brindan un atractivo proyecto al presentar rentabilidad con un VAN económico de US\$ 82,502.11 y una TIR económica de 155.94%, además se considera un VAN financiero de \$87,650.11 y una TIR financiera de 181.70% a partir de flujos de caja proyectados a 5 años, considerando un periodo de recuperación de la inversión de 1 año y 3 meses aproximadamente.

Finalmente, consideramos que el proyecto es factible de realizar, generando una oportunidad de emprendimiento de bajo riesgo y buenos rendimientos.

## **1 ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN**

El presente proyecto de exportación de cerveza artesanal se centra en la comercialización de la bebida gourmet en la ciudad de Santiago de Chile, donde nuestro producto se destaca por utilizar materias primas naturales sin preservantes ni aditivos químicos, predominando el sabor, textura y aroma artesanal, generándose la diferenciación con la cerveza industrializada.

El mercado de cerveza artesanal chileno se encuentra más desarrollado que el mercado de cerveza artesanal peruano pero, de igual forma abarca una penetración resaltante por lo que representa una oportunidad de negocio para los exportadores.

Considerando este escenario, se busca en primera instancia, incursionar en este mercado con la comercialización de nuestra bebida artesanal como una cerveza premium de acuerdo al público al que deseamos llegar y de acuerdo a la calidad de nuestra receta a utilizar.

## 2 ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

### 2.1 Nombre o Razón Social

De acuerdo a la Ley General de Sociedades N°26887 vigente donde nos indica que la denominación, ya sea, completa o abreviada es utilizada para crear el nombre de una sociedad de capitales con responsabilidad limitada y la razón social es utilizada para crear el nombre de una sociedad de personas con responsabilidad ilimitada.

La denominación social elegida es: La Fábrica Artesanal

RUC: 204139450394

Este trámite se realizó a través de COFIDE por el costo de S/ 380.00, los siguientes pasos:

**Paso 01:** Búsqueda y reserva del nombre de la empresa en Registros

Públicos

**Paso 02:** Elaborar la Escritura Pública

**Paso 03:** Inscribirse en el registro de personas jurídicas

**Paso 04:** Inscribirse en el RUC y obtención de la clave sol

**Paso 05:** Elección de régimen tributario

### 2.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

El CIIU o Clasificación Internacional Industrial uniforme es nos permite una clasificación de todas las actividades económicas que generan

bienes y servicios, para organizar y generar información estadística de cada sector económico de manera uniforme.

Para nuestra actividad el CIIU correspondiente es el N° 1103 con el Nombre de: ELABORACIÓN DE BEBIDAS MALTEADAS Y DE MALTA

Tabla 1. Clasificación CIIU de Nuestro Producto en Perú

SECCION	C	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
DIVISION	11	Elaboración de bebidas
GRUPO	110	Elaboración de bebidas
CLASE	1103	Elaboración de bebidas malteadas y de malta

*Fuente: Elaboración propia*

### **2.3 Ubicación y Factibilidad Municipal Y Sectorial**

La oficina estará ubicada en mi hogar en la Av. Brasil 2988 Dpto 901 – Magdalena del Mar, Lima, Lima y se considerará en los costos para tener un valor referencial para cuanto sería necesario alquilar un espacio administrativo.

### **2.4 Objetivos y Principios de la Empresa en Marcha**

✓ Misión:

“Crear experiencias inigualables en familia y con amigos, compartiendo el excelente sabor de nuestra cerveza artesanal”

✓ Visión:

“Ser la primera opción cervecera de nuestros consumidores”

- ✓ Valores:
  - Responsabilidad
  - Puntualidad
  - Respeto
- ✓ Principios:
  - Trabajo en equipo para crear sinergia
  - Compromiso para cumplir con las normas legales tiempos y costos de nuestros proyectos
- ✓ Objetivos:
  - Objetivos a Largo Plazo
    - Alcanzar una venta mensual de 5,000 botellas de cerveza artesanal al mes para el 2018
    - Expandirnos de la región metropolitana a un nuevo mercado meta para comenzar a incursionar
  - Objetivos a Corto Plazo
    - Contar con más de 5 puntos de comercialización en Santiago de Chile
    - Desarrollar una logística internacional estable, bajo dominio de costos y tiempo
    - Estabilización de costos de inversión
- ✓ Análisis FODA:
  - Fortalezas
    - Excelente receta

Sabores y aromas diferentes a la cerveza industrial

- Oportunidades

Boom Gastronómico peruano

Mercado más desarrollado y con amplio conocimiento de los insumos que vamos a utilizar en nuestro producto 0 Ad  
valórem en la exportación a Chile

- Debilidades

Falta de experiencia en la exportación de cerveza artesanal

Falta de experiencia de comercialización en Chile

- Amenazas

Fuerte competencia en el país de destino

Posible trato discriminatorio por ser una empresa peruana

## **2.5 Ley de MYPE, Micro Y Pequeña Empresa, Características**

De acuerdo a la Ley MYPE Vásquez (2015) realiza un estudio comparativo de la Ley 28015 y la Ley 30056 donde nos indica que se toma como una base a la Ley 28015 y es mejorada desde un punto de vista técnico y de contenido, por la Ley 30056 porque, entre varios temas, se incluyen aspectos del régimen laboral, eliminar trámites burocráticos, seguridad social de los dueños y trabajadores de las empresas.

Existen puntos muy importantes ha destacar que contiene la Ley 30056:

Las empresas se medirán por sus ventas anuales, siendo clasificada de la siguiente forma:

Microempresa – hasta 150 UIT

Pequeña empresa – entre 150 UIT y 1,700 UIT

Las empresas que superen los límites de ventas anuales indicados tendrán tiempo para pasar al nuevo régimen que le corresponde, siendo:

Ley N° 30056		
<b>Categoría Empresarial</b>	<b>Ventas anuales en UIT</b>	<b>Ventas anuales en S/</b>
Microempresa	Hasta 150 UIT	S/607,500.00
Pequeña empresa	Superior a 150 UIT hasta 1,700 UIT	Superior a S/ 607,500.00 hasta S/ 6,885,000.00
Mediana empresa	Superior a 1,700 UIT hasta 2,300 UIT	Superior a S/ 6,885,000.00 hasta S/ 9,315,000.00

*Figura 1. Categoría empresarial para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa*

Fuente: Ley Mype

Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). c) Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1,700 UIT y hasta el monto máximo de 2,300 UIT.

Al capacitar al personal, se podrá considerar este costo dentro del impuesto a la renta, considerando hasta 1% del costo de su planilla anual

## 2.6 Estructura Orgánica

Definir una estructura orgánica formal es importante porque brinda una guía para todos los trabajadores, para conocer las relaciones directas e indirectas de trabajo, flujo de documentación y designación de actividades en la empresa.

En nuestra empresa, La Fábrica Artesanal SAC, tomará una estructura en línea y staff (asesoría legal) siendo el representante legal el

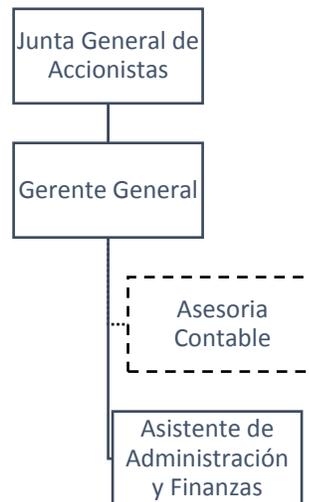


Figura 2. Estructura Orgánica de la empresa: La Fábrica Artesanal SAC

Fuente: Elaboración propia

Gerente General:

Se contará con el siguiente equipo de trabajo:

- Junta General de Accionistas
- Gerente General
- Asistente de Administración y Finanzas
- Asesoría contable externa.

Funciones de los cargos en la empresa La Fabrica Artesanal SAC

## **Gerente General**

Título Universitario en Administración de Negocios

Internacionales

Conocimiento del mercado de cerveza artesanal

Habilidades blandas

Conocimiento en economía y/o finanzas

Conocimiento en negociación y temas comerciales

### **Funciones:**

Carácter para tomar decisiones

Desarrollar y aplicar estrategias en beneficio de la empresa

Organizas las áreas y la funcionalidad de ellas

Crear un excelente clima laboral

Elaboración de informes de gestión

Realizar y Evaluar propuestas y cotizaciones

Representar a la empresa dentro y fuera del país

Realizar las operaciones y coordinaciones logísticas

## **Asistente de Administración y Finanzas**

Egresado de la carrera de Administración, Contabilidad o afines

Experiencia mínima de un (01) año en puestos similares

Nivel de office intermedio

Conocimientos en comercio exterior, procesos aduaneros o afines

### **Funciones:**

Realizar informes mensuales y semestrales de la empresa

Realizar el presupuesto anual de la empresa

Control y revisión de los estados financieros

Evaluación y control del personal en la empresa

## **2.7 Cuadro De Planilla de Personal**

El cuadro de gastos administrativos se ha desarrollado en base a los beneficios del Régimen de Pequeña y Mediana empresa.

Tabla 2. Planilla de Remuneraciones

Cargo	N° de Empleados	Gastos Personal						
		Pago Mensual	Pago Anual	Vacaciones 30 días	CTS	ESSALUD 9% Anual	AFP	Total Anual
Gerente General	1	\$ 550.00	\$ 6,600.00	\$550.00	\$550.00	\$ 693.00	\$71.50	\$8,464.50
Asistente de administración y Finanzas	1	\$ 380.00	\$ 4,560.00	\$380.00	\$380.00	\$ 478.80	\$49.40	\$5,848.20
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>\$ 930.00</b>	<b>\$ 11,160.00</b>	<b>\$ 930.00</b>	<b>\$ 930.00</b>	<b>\$ 1,171.80</b>	<b>\$ 120.90</b>	<b>\$ 14,312.70</b>

Fuente: Elaboración propia

## **2.8 Forma Jurídica Empresarial**

De acuerdo a la Ley de Sociedades N° 26887, se puede indicar que las partes que constituyen la sociedad acuerdan aportes de bienes o servicios para el ejercicio con el fin de realizar actividades económicas donde se distinguen varios tipos de sociedades de acuerdo, a la Agencia de la promoción e Inversión Privada – Pro-Inversión

## A). SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Tabla 3. Características de la Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada

CARACTERÍSTICAS	De 2 a 20 socios participacionistas
DENOMINACIÓN	La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada", o de las siglas "S.R.L."
ÓRGANOS	Junta General de Socios y Gerencia
CAPITAL SOCIAL	Representado por participaciones y deberá estar pagada cada participación por lo menos en un 25%
DURACIÓN	Indeterminada
TRANSFERENCIA	La transferencia de participaciones se formaliza mediante escritura pública y debe inscribirse en el Registro Público de Personas Jurídicas.

Fuente: Agencia de la Promoción e Inversión Privada - ProInversión.

## B). SOCIEDAD ANÓNIMA ABIERTA

Tabla 4. Característica de la Sociedad Anónima Abierta

CARACTERÍSTICAS	Es aquella que realizó oferta primaria de acciones u obligaciones convertibles en acciones, tiene más de 750 accionistas, más del 35% de su capital pertenece a 175 o más accionistas, se constituye como tal o sus accionistas deciden la adaptación a esta modalidad.
DENOMINACIÓN	La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Anónima Abierta", o de las siglas "S.A.A."
ÓRGANOS	Junta General de Accionistas, Directorio y Gerencia
CAPITAL SOCIAL	Representado por participaciones y deberá estar pagada cada participación por lo menos en un 25%
DURACIÓN	Determinado o Indeterminado
TRANSFERENCIA	La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.

Fuente: Agencia de la Promoción e Inversión Privada - ProInversión.

### C). SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA

Tabla 5. Característica de la Sociedad Anónima Cerrada

CARACTERÍSTICAS	De 2 a 20 accionistas.
DENOMINACIÓN	La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Anónima Cerrada", o de las siglas "S.A.C."
ÓRGANOS	Junta General de Accionistas, Directorio (opcional) y Gerencia
CAPITAL SOCIAL	Aportes en moneda nacional y/o extranjera y en contribuciones tecnológicas intangibles.
DURACIÓN	Determinado o Indeterminado
TRANSFERENCIA	La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.

Fuente: Agencia de la Promoción e Inversión Privada – Pro-Inversión.

### D). SOCIEDAD ANÓNIMA

Tabla 6. Característica de la Sociedad Anónima

CARACTERÍSTICAS	2 accionistas como mínimo. No existe número máximo.
DENOMINACIÓN	La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Anónima", o de las Siglas "S.A."
ÓRGANOS	Junta General de Accionistas, Directorio y Gerencia.
CAPITAL SOCIAL	Aportes en moneda nacional y/o extranjera, y en contribuciones tecnológicas intangibles.
DURACIÓN	Determinado o Indeterminado
TRANSFERENCIA	La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.

Fuente: Agencia de la Promoción e Inversión Privada – Pro-Inversión.

Tabla 7. Distribución de Aporte del Capital

Distribución del aporte de Capital Tipo de Cambio: 3.18	
Oscar Hugo Tapia Salmon	30% US\$ 1,498.12 S/ 4,913.83
Renzo Jair Tapia Díaz	70% US\$ 3,495.61 S/ 11,465.60

Fuente: Elaboración Propia.

Para la empresa se eligió la sociedad anónima cerrada S.A.C porque las SAC tiene la opción de crear un directorio, se puede contar con 2 personas como mínimo y 20 como máximo. Este tipo de sociedad brinda responsabilidad limitada y las acciones de la empresa no pueden ser inscritas en Registro Público de Mercado de Valores.

**MODELO DE ACTO CONSTITUTIVO DE SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA SIN DIRECTORIO – CON APORTE EN BIENES DINERARIOS**

**SEÑOR NOTARIO**

SÍRVASE EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, SIN MINUTA, DE CONFORMIDAD CON EL ARTICULO 58 LITERAL I) DEL D. LEG. N° 1049, DECRETO LEGISLATIVO DEL NOTARIADO, CONCORDADO CON EL DECRETO SUPREMO N° 007-2008-TR – TUO DE LA LEY DE

PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD, FORMALIZACION Y DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA Y DEL ACCESO AL EMPLEO DECENTE, LEY MYPE, QUE OTORGAN: RENZO JAIR TAPIA DIAZ DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS INTERNACIONALES CON D.N.I. 71467469, ESTADO CIVIL SOLTERO, OSCAR HUGO TAPIA SALMON, DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION ADMNISTRADOR DE

EMPRESAS CON D.N.I. 71456789, ESTADO CIVIL SOLETERO, SEÑALANDO DOMICILIO COMUN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN: AV BRASIL 2988 DPTO 901 PROVINCIA DE LIMA Y DEPARTAMENTO DE LIMA.

EN LOS TERMINOS SIGUIENTES:

**PRIMERO.-** POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL, LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, BAJO LA DENOMINACION DE “DULCE DE VERA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA”, PUDIENDO UTILIZAR LA ABREVIATURA DE “LA FABRICA ARTESANAL S.A.C.”; SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACION DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

**SEGUNDO.-** EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE S/ 16,379.43 (DIECISEIS MIL TRECIENDOS SETENTA Y NUEVE MIL 00/100 EN NUEVOS SOLES) REPRESENTADO POR 16,379 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/ 1.00 CADA UNA,

SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

1. RENZO JAIR TAPIA DIAZ, SUSCRIBE 11,466 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/ 11,465.60 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
2. OSCAR HUGO TAPIA SALMON SUSCRIBE 4,914 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 4.913.83 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO

**TERCERO.-** LA SOCIEDAD SE REGISTRÁ POR EL **ESTATUTO** SIGUIENTE Y EN TODO LO NO PREVISTO POR ESTE,

SE ESTARÁ A LO DISPUESTO POR LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES – LEY 26887 – QUE EN ADELANTE SE LE DENOMINARA LA “LEY”.

### **ESTATUTO**

**ARTICULO 1.-DENOMINACION-DURACION-DOMICILIO:** LA SOCIEDAD SE DENOMINA: LA FABRICA ARTESANAL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA” PUDIENDO USAR LA ABREVIATURA “LFA S.A.C.”. TIENE UNA DURACION INDETERMINADA, INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO Y ADQUIERE

PERSONALIDAD JURIDICA DESDE SU INSCRIPCION EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURIDICAS DE LIMA SU DOMICILIO ES LA PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAIS O EN EL EXTRANJERO.

**ARTICULO 2.- OBJETO SOCIAL:** LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE A: PRODUCCION Y EXPORTACION DE MERMELADAS. SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACION DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRA REALIZAR TODO SAQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LICITOS, SIN RESTRICCION ALGUNA.

**ARTÍCULO 3.- CAPITAL SOCIAL:** EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE S/. 16,379.43 (DIECISEIS MIL TRECIENDOS SETENTA Y NUEVE MIL 00/100 EN NUEVOS SOLES) REPRESENTADO POR 16,379 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/1.00 ADA UNA.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

**ARTICULO 4.- TRANSFERENCIA Y ADQUISICION DE ACCIONES:** LOS OTORGANTES ACUERDAN SUPRIMIR EL DERECHO DE PREFERENCIA PARA LA ADQUISICION DE ACCIONES, CONFORME A LO PREVISTO EN EL ULTIMO PARRAFO DEL ARTICULO 237° DE LA "LEY".

**ARTICULO 5.- ORGANOS DE LA SOCIEDAD:** LA SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE TIENE LOS SIGUIENTES ÓRGANOS:

LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS; Y LA GERENCIA.

**LA SOCIEDAD NO TENDRÁ DIRECTORIO.**

**ARTICULO 6.- JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS:** LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS ES EL ORGANO SUPREMO DE LA SOCIEDAD. LOS ACCIONISTAS CONSTITUIDOS EN JUNTA GENERAL DEBIDAMENTE CONVOCADA, Y CON EL QUORUM CORRESPONDIENTE, DECIDEN POR LA MAYORIA QUE ESTABLECE LA "LEY" LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA. TODOS LOS ACCIONISTAS INCLUSO LOS DISIDENTES Y LOS QUE NO HUBIERAN PARTICIPADO EN LA REUNION, ESTAN SOMETIDOS A LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA JUNTA GENERAL.

LA CONVOCATORIA A JUNTA DE ACCIONISTAS SE SUJETA A LO DISPUESTO EN EL ART. 245° DE LA "LEY".

EL ACCIONISTA PODRA HACERSE REPRESENTAR EN LAS REUNIONES DE JUNTA GENERAL POR MEDIO DE OTRO ACCIONISTA, SU CONYUGE, O ASCENDIENTE O DESCENDIENTE EN PRIMER GRADO, PUDIENDO EXTENDERSE LA REPRESENTACION A OTRAS PERSONAS.

**ARTICULO 7.- JUNTAS NO PRESENCIALES:** LA CELEBRACION DE JUNTAS NO PRESENCIALES SE SUJETA A LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 246° DE LA "LEY".

**ARTICULO 8.- LA GERENCIA:** NO HABIENDO DIRECTORIO, TODAS LAS FUNCIONES ESTABLECIDAS EN LA "LEY" PARA ESTE ORGANO SOCIETARIO SERAN EJERCIDAS POR EL GERENTE GENERAL.

LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS PUEDE DESIGNAR UNO O MÁS GERENTES SUS FACULTADES REMOCION Y RESPONSABILIDADES SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 185° AL 197 DE LA "LEY".

EL GERENTE GENERAL ESTA FACULTADO PARA LA EJECUCION DE TODO ACTO Y/O CONTRATO CORRESPONDIENTES AL OBJETO DE LA SOCIEDAD, PUDIENDO ASIMISMO REALIZAR LOS SIGUIENTES ACTOS:

A. DIRIGIR LAS OPERACIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS.

B. REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES. EN LO JUDICIAL GOZARA DE LAS FACULTADES SENALADAS EN LOS ARTICULOS 74, 75, 77 Y 436 DEL CODIGO PROCESAL CIVIL, ASI COMO LA FACULTAD DE REPRESENTACION PREVISTA EN EL ARTICULO 10 DE LA LEY 26636 Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS; TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACION O SUSTITUCION. ADEMAS, PODRA CELEBRAR CONCILIACION EXTRAJUDICIAL, PUDIENDO SUSCRIBIR EL ACTA CONCILIATORIA, GOZANDO DE LAS FACULTADES SENALADAS EN LAS DISPOSICIONES LEGALES QUE LO REGULAN. ADEMAS PODRA CONSTITUIR Y REPRESENTAR A LAS ASOCIACIONES QUE CREA CONVENIENTE Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS.

C. ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA; GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCONTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y REACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, PAGARES, CONOCIMIENTO DE EMBARQUE, CARTA DE PORTE, POLIZAS, CARTAS FIANZAS Y CUALQUIER CLASE DE TITULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES; OTORGAR RECIBOS CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTIA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRESTAMOS CON GARANTIA HIPOTECARIA,

D. ADQUIRIR Y TRANSFERIR BAJO CUALQUIER TITULO; COMPRAR, VENDER, ARRENDAR, DONAR, DAR EN COMODATO, ADJUDICAR Y GRAVAR LOS BIENES DE LA SOCIEDAD SEAN MUEBLES O INMUEBLES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS YA SEAN PRIVADOS O PUBLICOS. EN GENERAL PODRA CONSTITUIR GARANTIA HIPOTECARIA, MOBILIARIA Y DE CUALQUIER FORMA. PODRA CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTORY Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACION EN PARTICIPACION Y CUALQUIER OTRO

CONTRATO DE COLABORACION EMPRESARIAL, VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. ADEMÁS PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.

E. SOLICITAR, ADQUIRIR, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTE, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES CONFORME A LEY, SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELECTUAL.

F. PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PÚBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACIÓN DEL OBJETO SOCIAL.

EL GERENTE GENERAL PODRÁ REALIZAR TODOS LOS ACTOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD, SALVO LAS FACULTADES RESERVADAS A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.

**ARTICULO 9.- MODIFICACION DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCION DEL CAPITAL:** LA MODIFICACION DEL PACTO SOCIAL, SE RIGE POR LOS ARTICULOS 198 Y 199 DE LA “LEY”, ASÍ COMO EL AUMENTO Y REDUCCION DEL CAPITAL SOCIAL, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 201 AL 206 Y 215 AL 220, RESPECTIVAMENTE DE LA “LEY”.

**ARTICULO 10.- ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACION DE UTILIDADES:** SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTICULOS 40, 221 AL 233 DE LA “LEY”.

**ARTICULO 11.- DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION:** EN CUANTO A LA DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 407, 409, 410, 412, 413 A 422 DE LA “LEY”.

**CUARTO.- QUEDA DESIGNADO COMO GERENTE GENERAL:** CLAUDIA GERALDINE VERA JERI CON D.N.I. 45800067, CON DOMICILIO EN: AV. ARNALDO MARQUEZ 1357 INT B, DISTRITO DE JESUS MARIA, PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA.

**CLAUSULA ADICIONAL I.- SE DESIGNA COMO SUB-GERENTE DE LA SOCIEDAD A SUSANA MERCEDEZ GALLO ALZAMORA CON D.N.I. 07764193, CON DOMICILIO EN: CALLE GRANADA 335, DISTRITO DE PUEBLO LIBRE,**

PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA, QUIEN TENDRA LAS SIGUIENTES FACULTADES:

- (1) REEMPLAZAR AL GERENTE EN CASO DE AUSENCIA.
- (2) INTERVENIR EN FORMA INDIVIDUAL O CONJUNTA CON EL GERENTE GENERAL, EN LOS CASOS PREVISTOS N LOS INCISOS C, D, E Y F DEL ARTICULO 8 DEL ESTATUTO.

LIMA, 15 de Mayo de 2017

## **2.9 Registro de Marca y Procedimiento en INDECOPI**

Es muy importante la marca en una empresa porque transmite al cliente una promesa de un beneficio y de igual forma nos permite diferenciarnos de la competencia

Nuestra marca se llamará: Qué Diablada

De acuerdo al portal de INDECOPI, el costo para realizar el registro de Marca es de S/ 348.27 Soles y los requisitos son los siguientes:

### **2.9.1 Requisitos para la solicitud de registro de marcas de productos y/o servicios:**

De acuerdo al portal web de INDECOPI debemos:

- Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrativo).
- Indicar los datos de identificación del(s) solicitante(s):
  1. Para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
- Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).
- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
  1. Si la marca es mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).

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

- Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen (Clasificación de Niza).

1. En caso de una solicitud multiclase, los productos y/o servicios se deben indicar agrupados por la clase, precedidos por el número de clase correspondiente y en el orden estipulado por la Clasificación Internacional de Niza.

- De reivindicarse prioridad extranjera sobre la base de una solicitud de registro presentada en otro país, deberá indicarse el número de solicitud cuy a prioridad se reivindica, así como el país de presentación de la misma. En esta situación particular, se deberá adjuntar copia certificada emitida por la autoridad competente de la primera solicitud de registro, o bien certificado de la fecha de presentación de esa solicitud, y traducción al español, de ser el caso.

- Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.

- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 534.99 Nuevos Soles. Este importe deberá pagarse en la sucursal del Banco de la Nación ubicado en el Indecopi-Sede Sur, Calle De La Prosa N° 104-San Borja, o bien realizar el pago a través de una de las modalidades que se ofrecen.

## **2.10 Requisitos Y Trámites Municipales**

La Ley Marco de Licencia de Funcionamiento nos indica que este permiso nos lo brindan las municipalidades para desarrollar actividades económicas en un establecimiento determinado

Los requisitos para solicitar la licencia de funcionamiento son los siguientes:

N° de RUC y DNI del solicitante, sea persona natural o jurídica

DNI del representante legal para personas jurídicas

Vigencia de poderes del representante legal

Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de seguridad o Inspección Técnica de seguridad de Defensa Civil

Para áreas mayores a 100 m<sup>2</sup> se realizará una Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil Básica

Croquis de la ubicación del establecimiento

Los Requisitos para obtener el registro sanitario:

Declaración jurada impresa completada por el representante legal

Copia de RUC

Resultados físicos, químico, bromatológicos y microbiológico originales físicos, de acuerdo al producto a registrar firmado por el representante legal y el jefe de control de calidad

Sistema de Identificación del lote de producción.

Composición de los ingredientes y aditivos en forma porcentual.

Acompañar el rotulado de los productos a registrar (etiquetas o proyecto de rotulado), el cual deberá estar de acuerdo al Artículo 117° del D.S. 007-98-SA (nombre del producto, declaración de ingredientes, nombre y dirección del fabricante, nombre razón social del exportador

Número de Registro Sanitario

Fecha de Vencimiento (la cerveza tiene 06 meses).

Código de producción o lote

Condiciones de conservación

Además debe indicar el contenido neto del producto en idioma español

Costos

– 7% U.I.T. (no MYPE) = S/. 283.60

– 2% U.I.T. (Mype) = S/. 81,00

## **2.11 Régimen Tributario Procedimiento desde la Obtención del RUC Y**

### **Modalidades**

De acuerdo al portal web de la Sunat, elegiremos el Régimen Mype Tributario, el mismo que solo permite a las siguientes personas jurídicas o naturales:

#### **¿A quiénes está dirigido?**

Aquellos contribuyentes cuyos ingresos netos no superen las 1700 UIT, asimismo es requisito no tener vinculación directa o indirectamente en función del capital, con otras personas naturales o jurídicas, cuyos ingresos netos anuales en conjunto superen el monto indicado.

### **¿Cómo puedo acceder al nuevo Régimen MYPE Tributario?**

La SUNAT incorporará de oficio a los contribuyentes que al 31.12.2016 hubieren estado tributando en el Régimen General y cuyos ingresos netos del ejercicio 2016 no superaron las 1700 UIT, salvo que se hayan acogido al Nuevo RUS o Régimen Especial, con la declaración correspondiente al mes de enero del año 2017.

También serán incorporados de oficio aquellos contribuyentes que al 31.12.2016 hubieran estado acogidos al Nuevo RUS en las categorías 3, 4 y 5 o tengan la condición de EIRL acogidas a dicho régimen, siempre que no hayan optado por acogerse en enero del 2017 al NRUS (categorías 1 y 2), Régimen Especial o Régimen General.

Asimismo, de acuerdo a la norma también pueden acogerse de manera voluntaria los contribuyentes que se encuentren en cualquiera de los regímenes ya existentes.

### **¿Cómo pago el Impuesto a la renta en el Régimen MYPE Tributario?**

El impuesto a la renta se determinará aplicando la escala progresiva acumulativa de acuerdo al siguiente detalle:

Hasta 15 UIT = 10 %

Más de 15 UIT = 29.5 %

### **¿Cómo realizó los pagos a cuenta en el Régimen MYPE Tributario?**

Los pagos a cuenta del Impuesto a la Renta se pagarán de la siguiente manera:

Contribuyentes cuyos ingresos netos anuales del ejercicio no superen las 300

UIT: uno por ciento (1,0%) a los ingresos netos obtenidos en el mes.

Contribuyentes del RMT que en cualquier mes del ejercicio superen las 300

UIT: conforme a las reglas del Régimen General establecidas en la Ley del

Impuesto a la Renta y normas reglamentarias.

### **¿Qué libros contables se está obligado a llevar en el Régimen MYPE Tributario?**

Los libros contables que deberán llevar los contribuyentes de este régimen son:

Con ingresos netos anuales hasta 300 UIT:

Registro de Ventas,

Registro de Compras y

Libro Diario de Formato Simplificado.

Con ingresos netos anuales superiores a 300 UIT: Están obligados a llevar los libros conforme a lo dispuesto en el segundo párrafo del artículo 65° de la Ley

del Impuesto a la Renta.

### **¿Qué beneficio tiene el Régimen MYPE Tributario?**

Tratándose de contribuyentes que inicien actividades durante el 2017 y

aquellos que provengan del Nuevo RUS, durante el ejercicio 2017, la SUNAT

no aplicará las sanciones correspondientes a las siguientes infracciones,

siempre que cumplan con subsanar la infracción, de acuerdo a lo que establezca la SUNAT mediante resolución de superintendencia:

Omitir llevar los libros de contabilidad, u otros libros y/o registros u otros medios de control exigidos por las leyes y reglamentos

Llevar los libros de contabilidad, u otros libros y/o registros sin observar la forma y condiciones establecidas en las normas correspondientes.

Llevar con atraso mayor al permitido por las normas vigentes, los libros de contabilidad u otros libros o registros.

No exhibir los libros, registros u otros documentos que la Administración Tributaria solicite.

No presentar las declaraciones que contengan la determinación de la deuda tributaria, dentro de los plazos establecidos.

<b>Número de RUC:</b>	20XXXXXX - XXXXXX S.A.C.		
<b>Tipo Contribuyente:</b>	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA		
<b>Nombre Comercial:</b>	-		
<b>Fecha de Inscripción:</b>	05/02/2013	<b>Fecha de Inicio de Actividades:</b>	01/04/2013
<b>Estado del Contribuyente:</b>	ACTIVO		
<b>Condición del Contribuyente:</b>	HABIDO		
<b>Dirección del Domicilio Fiscal:</b>	XXXXXXXX LIMA - LIMA - LA VICTORIA		
<b>Sistema de Emisión de Comprobante:</b>	MANUAL/COMPUTARIZADO	<b>Actividad de Comercio Exterior:</b>	EXPORTADOR
<b>Sistema de Contabilidad:</b>	COMPUTARIZADO		
<b>Actividad(es) Económica(s):</b>	Principal - CIU 1103 - Elaboración de bebidas malteadas y de malta		
<b>Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):</b>	FACTURA		
<b>Sistema de Emisión Electrónica:</b>	-		
<b>Afiliado al PLE desde:</b>	01/01/2013		

Figura 3. Ejemplo de Ficha RUC

Fuente: Sunat

## 2.12 Registro De Planillas Electrónicas (PLAME)

De acuerdo al portal web de la Sunat, el PLAME es la Planilla Mensual de los ingresos del personal colocado en T-registro, así como los prestadores de servicios que obtengan rentas de 4ta categoría, se registran los descuentos, días laborados y no laborados, horas extras y demás obligaciones que le hayan sido encomendadas a la SUNAT. Nuestra empresa utilizará el PLAME, para sincronizar los datos de los empleados, terceros, practicantes, pensionistas, entre otros para conseguir la planilla electrónica de la empresa. De igual forma, la SUNAT nos indica quienes estarían obligados a acogerse a las planillas electrónicas:

Tabla 8. Requisitos Obligatorios para el PLAME

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

Fuente: SUNAT.

### ¿Qué es el T-REGISTRO?

Es el Registro de Información Laboral de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación laboral (modalidades formativas laborales), personal de terceros y derechohabientes. Comprende información de carácter laboral, de seguridad social y otros datos relevantes sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados. Este es el primer componente de la Planilla Electrónica.

### ¿Qué es la PLAME?

La planilla mensual es el segundo componente de la Planilla Electrónica, que comprende información de los ingresos de los sujetos inscritos en el T-Registro y en el PLAME; los días laborados y no laborados, horas ordinarias y en sobretiempo del trabajador; los ingresos de los prestadores que obtienen rentas de cuarta categoría, así como información correspondiente a la base de cálculo y la determinación de los conceptos tributarios y no tributarios cuya recaudación le haya sido encargada a la SUNAT. La PLAME deberá presentarse mensualmente conforme al cronograma de SUNAT.

### ¿Qué es el PDT Planilla Electrónica – PLAME?

Es el medio informático aprobado por la SUNAT para cumplir con la presentación de la Planilla Mensual de Pagos (PLAME) y con la declaración y pago que corresponda, por los siguientes conceptos:

a) PLAME, la que deberá contener la información establecida en la R.M N.º 121-2011-TR o norma que la sustituya o modifique.

b) Retenciones del Impuesto a la Renta de quinta categoría.

c) Retenciones del Impuesto a la Renta de cuarta categoría.

d) Información de los Prestadores de Servicios de rentas de Cuarta categoría pagadas o puestas a disposición aún cuando el Empleador no tenga la obligación de efectuar retenciones por dichas rentas.

e) Impuesto Extraordinario de Solidaridad respecto de las remuneraciones correspondientes a los trabajadores, en los casos que exista convenio de estabilidad.

f) Contribuciones al EsSalud, respecto de las remuneraciones o los ingresos que correspondan a los trabajadores independientes que sean incorporados por mandato de una Ley especial al EsSalud como asegurados regulares.

g) Contribuciones al EsSalud por concepto de pensiones.

h) Contribuciones a la ONP bajo el régimen del D.Ley N.º 19990.

i) Prima por el concepto de “+ Vida Seguro de Accidentes”.

j) Aportes al Fondo de Derechos Sociales del Artista.

k) Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo contratado con el EsSalud para dar cobertura a los afiliados regulares del EsSalud.

l) COSAP, creada por el artículo 4º de la Ley N.º 28046.

m) Registro de Pensionistas del Régimen del D. Ley N.º 20530, a los que se hace referencia en el artículo 11º de la Ley N.º 28046.

n) Prima por el concepto “Asegura tu pensión”, respecto de los afiliados obligatorios al Sistema Nacional de Pensiones que contraten el mencionado seguro.

o) Retenciones del aporte del trabajador minero, metalúrgico y siderúrgico cuyas actividades se encuentren comprendidas en los Decretos Supremos N.ºs 029-89-TR y el Decreto Supremo N.º 164-2001-EF y sus normas modificatorias, al Fondo Complementario de Jubilación Minera, Metalúrgica y Siderúrgica a que se refiere la Ley N.º 29741.

p) Cuotas del fraccionamiento de los aportes del trabajador minero, metalúrgico y siderúrgico al Fondo Complementario de Jubilación Minera, Metalúrgica y Siderúrgica, otorgado por la Primera Disposición Complementaria Final del Reglamento de la Ley N.º 29741.

### 2.13 Régimen Laboral Especial Y General Laboral

En el Perú las empresas pueden acogerse al Régimen Laboral Especial o el Régimen Laboral General.

A continuación, se detalla los beneficios que corresponde a los trabajadores que pertenecen a la microempresa, pequeña y mediana empresa:

Tabla 9. Características Régimen General y Régimen Especial

BENEFICIOS DE LOS TRABAJADORES	RÉGIMEN LABORAL GENERAL O COMÚN	RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL	
		MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración Mínima Vital	Si: S/. 850.00 en la medida que laboren 4 o más horas diarias	Si: S/. 850.00 en la medida que laboren 4 o más horas diarias	Si: S/. 850.00 en la medida que laboren 4 o más horas diarias
Compensación por Tiempo	Si: 1 remuneración mensual + 1/6 de	No	Si: 15 remuneraciones diarias + 1/6

de Servicios (CTS)	las gratificaciones legales por cada año de servicios, depositada en dos armadas semestrales: 15 de mayo y 15 de noviembre – TUO D. Legislativo N° 650		de las gratificaciones legales por cada año de servicios (hasta un máximo de 90 RD), depositada en dos armadas semestrales: 15/05 y 15/11 – TUO D. Leg. N° 650
Descanso Semanal Obligatorio	Si: (D. Legislativo N° 713)	Si: (D. Legislativo N° 713)	Si: (D. Legislativo N° 713)
Feridos no Laborables	Si: (D. Legislativo N° 713)	Si: (D. Legislativo N° 713)	Si: (D. Legislativo N° 713)
Vacaciones	Si: 30 días al año – D. Legislativo N° 713	Si: 15 días al año – D. Legislativo N° 713	Si: 15 días al año – D. Legislativo N° 713
Reducción Descanso Vacacional	Si: 15 días previo acuerdo de partes	Si: 15 días previo acuerdo de partes	Si: 15 días previo acuerdo de partes
Vacaciones Truncas	Si: (D. Legislativo N° 713)	Si: (D. Legislativo N° 713)	Si: (D. Legislativo N° 713)
Gratificación de Fiestas Patrias y Navidad	Si: 1 remuneración – Ley N° 27735, Reglamento D.S. N° 005-2002-TR y modificatoria D.S. N° 017-2012-TR	No	Si: Media remuneración en cada oportunidad
Jornada Máxima	Si: 8 horas diarias o 48 horas a la semana	Si: 8 horas diarias o 48 horas a la semana	Si: 8 horas diarias o 48 horas a la semana
Seguro Social de Salud	Si: ESSALUD 9% – lo aporta en su integridad el empleador	Si: Existen dos alternativas: (i) Sistema Semisubsidado del SIS; o, (ii) ESSALUD 9%	Si: ESSALUD 9% – lo aporta en su integridad el empleador
Sistema Pensionario	Si: ONP 13% o AFP 10% más comisiones – lo aporta en su integridad el trabajador	Si: Existen dos alternativas: (i) Sistema de Pensiones Sociales (SPS) que es semisubsidado; o, (ii) ONP, AFP	Si: ONP 13% o AFP 10% más comisiones – lo aporta en su integridad el trabajador
Participación de Utilidades	Si: (D. Legislativo N° 892)	No	Si: (D. Legislativo N° 892)
Seguro de Vida	Si: Obligatorio a partir del 4to año de trabajo – Ley de Consolidación de	No	Si: Obligatorio a partir del 4to año de trabajo – Ley de Consolidación de

	Beneficios Sociales, D. Leg. N° 688		Beneficios Sociales, D. Leg. N° 688
Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo	Si: Para actividades de alto riesgo, de	No	Si: Para actividades de alto riesgo, de

Fuente: Elaboración propia

Nuestra empresa se acoge al régimen laboral Especial ya que conviene económicamente al ser una microempresa, la empresa no llegaría a superar los 150 UIT de ventas anuales. Los trabajadores no estarían obligados a tener SCTR, Seguro de Vida, Derechos Colectivos, Participación en las Utilidades, CTS y/o Gratificaciones.

Tabla 10. Características del contrato

<b>Trabajo de Riesgo</b>	De acuerdo a la Ley N° 26790 y al Decreto Supremo N° 003-98-SA		De acuerdo a la Ley N° 26790 y al Decreto Supremo N° 003-98-SA
<b>Asignación Familiar</b>	Si: 10% de la RMV – Ley N° 25129	No	No
<b>Indemnización por Vacaciones no Gozadas</b>	Si: (D. Legislativo N° 713)	Si: (D. Legislativo N° 713)	Si: (D. Legislativo N° 713)
<b>Indemnización por Despido Arbitrario</b>	Si: Un sueldo y medio por cada año de servicios o por cada mes completo que falte para culminar el contrato, de ser el caso, con un tope de 12 remuneraciones	Si: 10 remuneraciones diarias por cada año de servicios completos, con un tope de 90 remuneraciones diarias	Si: 20 remuneraciones diarias por cada año de servicios completos, con un tope de 120 remuneraciones diarias
<b>Derechos Colectivos</b>	Sí: (Decreto Supremo N° 010-2003-TR y Reglamento de la Ley)	No	Sí: (Decreto Supremo N° 010-2003-TR y Reglamento de la Ley)
<b>Trabajo en Sobretiempo</b>	Si: Recargo a convenir, de lo contrario por las dos primeras horas 25% adicional, y a partir de la tercera hora 35% adicional – Decreto Supremo N° 007-2002-TR	Si: Recargo a convenir, de lo contrario por las dos primeras horas 25% adicional, y a partir de la tercera hora 35% adicional – Decreto Supremo N° 007-2002-TR	Si: Recargo a convenir, de lo contrario por las dos primeras horas 25% adicional, y a partir de la tercera hora 35% adicional – Decreto Supremo N° 007-2002-TR
<b>Jornada Nocturna</b>	Si: Sobretasa del 35% de la RMV	Si: Sobretasa del 35% de la RMV. No: Sobretasa del 35%, cuando la jornada laboral se desarrolla habitualmente en horario	Si: Sobretasa del 35% de la RMV

		nocturno	
<b>Licencia Pre Natal y Post Natal</b>	Si: 45 días naturales de descanso pre natal y 45 días de descanso post natal. Tratándose de múltiple el descanso post natal se extiende por 30 días adicionales – Decreto Supremo N° 005-2011-TR	Si: 45 días naturales de descanso pre natal y 45 días de descanso post natal. Tratándose de múltiple el descanso post natal se extiende por 30 días adicionales – Decreto Supremo N° 005-2011-TR	Si: 45 días naturales de descanso pre natal y 45 días de descanso post natal. Tratándose de múltiple el descanso post natal se extiende por 30 días adicionales – Decreto Supremo N° 005-2011-TR
<b>Licencia por paternidad</b>	Si: Licencia remunerada por 4 días hábiles consecutivos, en caso de alumbramiento del cónyuge o conviviente – Ley N° 29409	Si: Licencia remunerada por 4 días hábiles consecutivos, en caso de alumbramiento del cónyuge o conviviente – Ley N° 29409	Si: Licencia remunerada por 4 días hábiles consecutivos, en caso de alumbramiento del cónyuge o conviviente – Ley N° 29409
<b>Licencia por Adopción</b>	Si: Licencia remunerada por 30 días naturales, siempre que el niño a ser adoptado no tenga más de 12 años de edad – Ley N° 27409	Si: Licencia remunerada por 30 días naturales, siempre que el niño a ser adoptado no tenga más de 12 años de edad – Ley N° 27409	Si: Licencia remunerada por 30 días naturales, siempre que el niño a ser adoptado no tenga más de 12 años de edad – Ley N° 27409

Fuente: Elaboración propia

## 2.14 Modalidades De Contratos Laborales

De acuerdo a los Modelos de contrato del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, el contrato de trabajo es el acuerdo voluntario entre el trabajador y el empleador para intercambiar actividad subordinada por remuneración. Da inicio a la relación laboral, generando un conjunto de derechos y obligaciones para el trabajador y el empleador.

Existe una clasificación de los tipos de contratos, estos son:

- a) A tiempo indeterminado
- b) Sujetos a Modalidad
- c) Tiempo parcial
- d) Otro tipo de contrato

Los contratos Sujeto a Modalidad son los más utilizados, a continuación, se detallará su clasificación:

## **I. CONTRATOS DE NATURALEZA TEMPORAL**

### **1.1. Por inicio o lanzamiento de nueva actividad**

Este tipo de contrato se da por inicio de una nueva actividad por la apertura de nuevos establecimientos o la ampliación de mercador. Tiene una duración de máximo 3 años.

### **1.2. Por necesidad del mercado**

Este tipo de contrato se requiere cuando la se incrementa la producción o por variación en la demanda, debe constar una causa objetiva que justifique la contratación.

Duración máxima 02 años

### **1.3. De reconversión empresarial**

Se da por la sustitución, ampliación o modificación de las actividades de la empresa. Duración máxima de 02 años

## **II. CONTRATOS DE NATURALEZA ACCIDENTAL**

### **2.1 Contrato Ocasional:**

Necesidades transitorias distintas a la actividad habitual del centro de trabajo Duración máxima de 06 meses al año

### **2.2 Contrato de Suplencia:**

Para sustituir a un trabajador estable, se encuentre realizando temporalmente otras labores en el mismo centro de trabajo, para este caso el titular conserva el derecho de readmisión.

### **2.3 Contrato de Emergencia:**

Caso Fortuito o de fuerza mayor.

Duración coincide con la duración de la emergencia.

## **III. CONTRATO PARA OBRA O SERVICIO ESPECÍFICO**

### **3.1 Contrato Especifico:**

Objetivo previamente establecido y de duración determinada y tendrá vigencia hasta que se cumpla el objetivo del contrato

Duración Renovaciones necesarias hasta la conclusión o terminación de la obra o servicio.

### **3.2 Contrato Intermitente:**

Cubrir necesidades de las actividades de la empresa de caracteres permanentes, pero discontinuos. Las renovaciones se pueden realizar con la misma persona

Tiene derecho preferente en la contratación

Opera en forma inmediata, no requiere otra celebración o renovación

Requisito Esencial: Consignar con precisión las circunstancias o condiciones para la reanudación en cada oportunidad.

Beneficios Sociales se determinan por el tiempo efectivamente laborado.

### **3.3. Contrato De Temporada:**

Se utiliza para suplir necesidades propias del giro de la empresa o establecimiento en determinadas épocas del año, para este tipo de contrato se debe tener en cuenta: Duración del contrato.

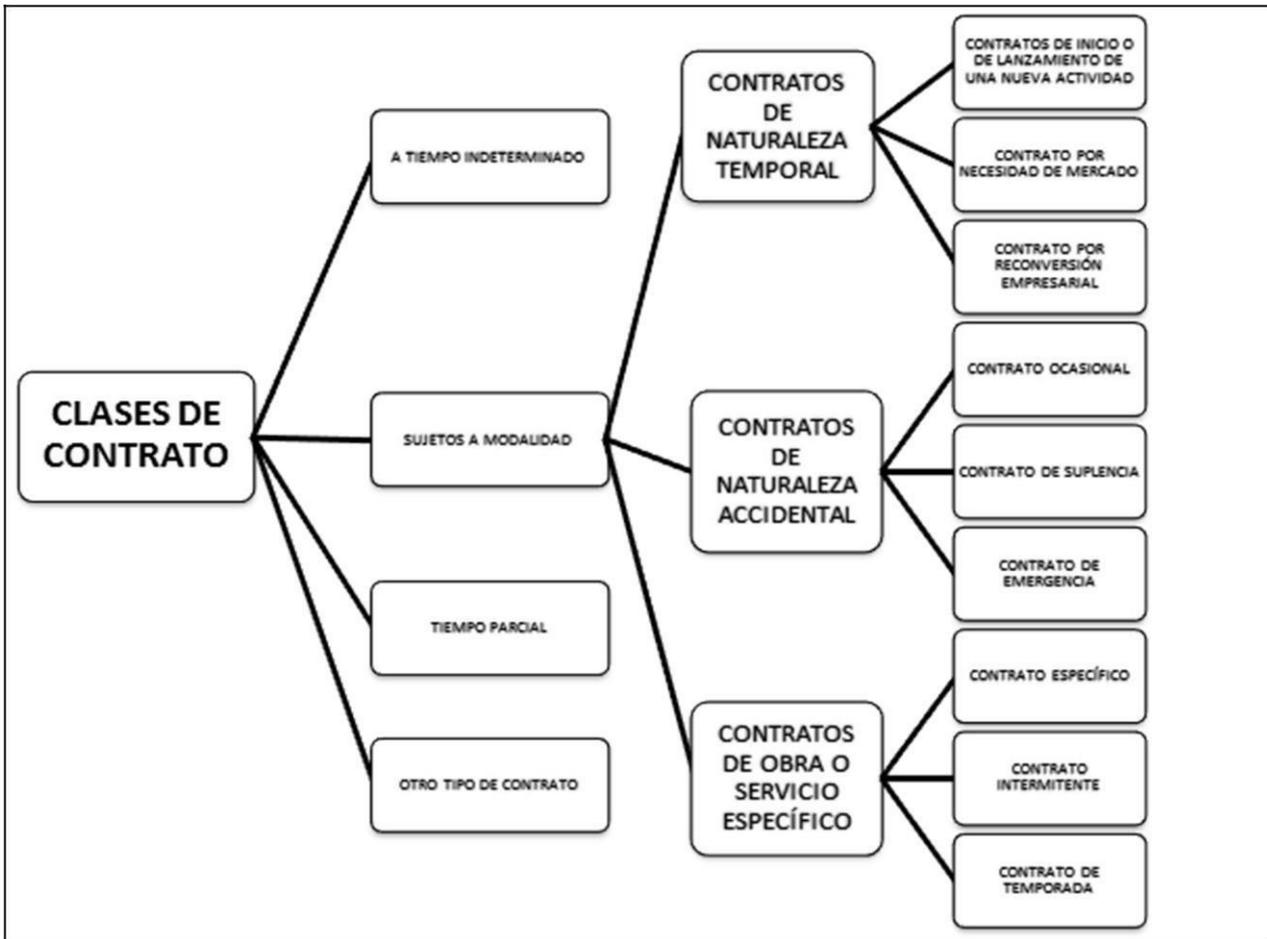


Figura 4. Clases de Contrato

Fuente: Ministerio de trabajo y promoción del Empleo

Elaboración propia

En nuestro caso, la empresa utilizará el siguiente tipo de contrato con sus trabajadores:

Contrato para obra o servicio específico, contrato específico, considerando una vigencia anual y un periodo de prueba de 2 meses.

### **MODELO DE CONTRATO DE TRABAJO SUJETO A MODALIDAD POR INICIO O INCREMENTO DE ACTIVIDAD**

Conste por el presente documento el “**CONTRATO DE TRABAJO SUJETO A MODALIDAD POR INICIO DE ACTIVIDAD**”

que celebran al amparo del Art. 57° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR y normas complementarias, de una parte LA FABRICA ARTESANAL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA con RUC. N° 203545632685 con domicilio real en AV BRASIL 2988 DPTO 901 LIMA, PERÚ. debidamente representada por RENZO JAIR TAPIA DIAZ con DNI N° 71467469 según poder inscrito en la partida registral No29032014 del Registro de Personas Jurídicas de LIMA a quien en adelante se le denominará **EL EMPLEADOR**; y de la otra parte don CARLOS JESUS REYES RODAS con DNI N° 70675438 domiciliado en JR MOORE 204, MAGDALENA DEL MAR, LIMA, PERU- a quien en adelante se le denominará **EL TRABAJADOR**; en los términos y condiciones siguientes: **PRIMERO: EL EMPLEADOR** es una empresa dedicada a la venta por mayor de jalea de frutas la cual requiere cubrir de manera temporal las necesidades de recursos humanos originados *para asistir en los tramites documentarios y comercio exterior, productos que serán distribuidos por primera vez en la empresa.*

**SEGUNDO:** Por el presente documento **EL EMPLEADOR** contrata de manera TEMPORAL bajo la modalidad de INICIO DE ACTIVIDAD los servicios de **EL TRABAJADOR** quien desempeñará el cargo de OPERARIO en relación con las causas objetivas señaladas en la cláusula anterior.

**TERCERO:** El plazo de duración del presente contrato es de SEIS MESES , y rige desde el 01 de abril del 2014 fecha en que debe empezar sus labores **EL TRABAJADOR** hasta el 31 de SETIEMBRE del 2014 fecha en que termina el contrato.

**CUARTO: EL TRABAJADOR** estará sujeto a un período de prueba de tres meses, la misma que inicia el 01 de abril del 2014 y concluye el 30 de JUNIO del 2014 queda entendido que durante este período de prueba **EL EMPLEADOR** puede resolver el contrato sin expresión de causa.

**QUINTO: EL TRABAJADOR** cumplirá el horario de trabajo siguiente: De lunes a sábado de 8 horas a 17:00 horas.

**SEXTO: EL TRABAJADOR** deberá cumplir con las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento interno de Trabajo y en las demás normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art. 9° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR.

**SÉTIMO: EL EMPLEADOR** abonará a **EL TRABAJADOR** la cantidad de S/750.00 como remuneración mensual, de la cual se deducirá las aportaciones y descuentos por tributos establecidos en la Ley que le resulten de aplicación.

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

**NOVENO:** Queda entendido que **EL EMPLEADOR** no está obligado a dar aviso alguno adicional referente al término del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su vencimiento conforme la cláusula tercera, oportunidad en la cual se abonara al **TRABAJADOR** los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo a Ley.

**DÉCIMO:** Este contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el TUO del D. Leg. N° 728 aprobado por D. S. N° 003-97-TR Ley de Productividad y Competitividad Laboral, y demás normas legales que lo regulen o que sean dictadas durante la vigencia del contrato.

Como muestra de conformidad con todas las cláusulas del presente contrato firman las partes, por triplicado a los 01 días del mes de ABRIL del año 2017

.....

EL EMPLEADOR

.....

EL TRABAJADOR

## **2.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad Civil De Los Accionistas**

Los contratos comerciales, como todo contrato se constituyen entre dos (02) partes (deudora y acreedora) que voluntariamente se obligan a cumplir con las responsabilidades escritas en el documento. Para celebrar este tipo de contratos se debe constituir un acto de comercio.

Tipos de Contratos Comerciales:

El mandato comercial

Las comisiones y consignaciones

Compra venta mercantil

Mutuo comercial o préstamo de consumo

Comodato

Sociedades

## **3 PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL**

### **3.1 Descripción del producto**

El producto que se va a exportar se trata de una cerveza artesanal preparada en base de Agua, Malta, Cebada, Lúpulo y levadura. La cerveza artesanal no contiene preservantes ni aditivos artificiales.

La cerveza artesanal tiene una presentación en botellas de vidrio con una cantidad de 325 ML y exportada en cajas de cartón corrugado con separaciones independientes para evitar abolladuras, en estas cajas de cartón ingresan 24 botellas.

Nuestra cerveza artesanal de categoría Golden Ale es ligera con características maltosas, un poco de toques dulces y ligeramente lupulada, convirtiéndola en una cerveza fresca y de fácil degustación.

Esta cerveza es excelente para los restaurantes, ya que se trata de un producto gourmet, puede ser comercializado en Licorerías autorizadas y de igual manera pueden ser adquiridas en Bares locales.



Figura 5. Logo de la Marca: Qué Diablada

Fuente: Elaboración Propia.

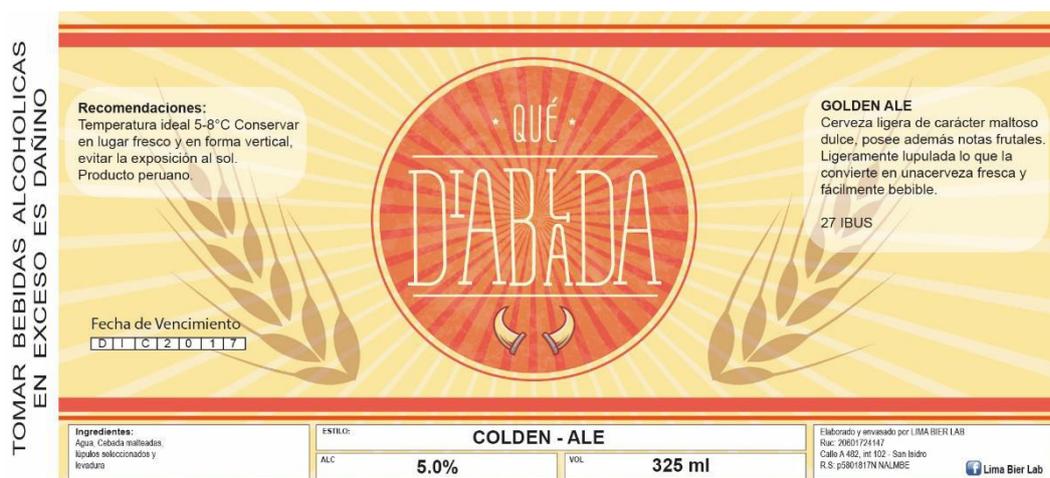


Tabla 11 Etiqueta "Qué Diablada"

Fuente: Elaboración Propia.

### 3.1.1 Clasificación arancelaria

No existe una partida arancelaria para la denominación específica de cerveza artesanal, por lo que se utiliza la partida estándar de cerveza de malta, para lo que les presentamos como se identifican en cada país:

Tabla 12. Clasificación Arancelaria Compatible con la Cerveza Artesanal - Chile

Partida Arancelaria:	Descripción:
2203.0000	Cerveza de malta.

Fuente: Aduana de Chile.

Tabla 13. Clasificación Arancelaria compatible con la Cerveza Artesanal - Perú

Partida Arancelaria:	Descripción:
2203.00.00.00	Cerveza de malta.

Fuente: Sunat Aduanas Perú.

### 3.1.2 Propuesta de Valor

Como es de conocimiento abierto, las empresas de cerveza industrial utilizan conservantes, antioxidantes artificiales y otros químicos para elaborar este licor, mientras que una empresa de cerveza artesanal cuenta con ingredientes y procesos de elaboración con factores naturales en su totalidad, creando un aroma y sabor único gracias a los insumos que se utilizan en la receta. La cerveza artesanal está considerada dentro de un mercado gourmet.

Adicionalmente, nuestra empresa tiene como proyecto a futuro, utilizar insumos andinos en la elaboración de la cerveza, para que nuestro producto pueda tener un valor adicional en el exterior y que marquen la diferencia en calidad, entre otras cervezas artesanales de la región.

### 3.1.3 Ficha Técnica comercial

#### A. Generalidades del Producto

Nombre del producto: Cerveza Artesanal

Nombre de la marca: Qué Diablada

Descripción del producto: Presentación comercial: 325 ml

Tipo de envase: Botella de Vidrio

Materias primas: Malta base, Malta caramelo, Cebada, Lúpulo y levadura.

Categoría: Pale American Ale

Estilo: Golden Ale

Aroma: Ligero a moderado aroma a malta dulce

Aspecto: Color amarillo suave a dorado profundo 6 SRM

Sabor: ligera con características maltosas, un poco de toques dulces y ligeramente lupulada

Sensación en boca: Cuerpo medio-ligero a medio.

Amargor: 27 IBUs

Temperatura de Fermentación: Entre 15 a 20°C

Días de fermentación: Entre 4 a 5 días

Temperatura de maduración: 0°C

Días de Maduración: Entre 20 a 30 días

Grados de Alcohol: 5°

Uso: En celebraciones especiales con la familia y amigos, por la tarde en un almuerzo o por en la noche en la cena.

## B. Aspectos arancelarios

De acuerdo a la partida 2203.00.00.00 y conforme a los acuerdos comerciales identificada en el grupo de mercaderías D-10, actualmente el ad-valorem es de 0%

## C. Requisitos Técnicos No arancelarios del País de Destino

De acuerdo a web de la Aduana de Chile (2017) se debe contar con el certificado del Servicio Agrícola y Ganadero de Chile y el pago del impuesto adicional a la cerveza de 15%

EJEMPLO:

### **Importación de Cerveza**

- Valor CIF: US \$1,000.00
- Impuesto adicional (15% sobre US \$1000,00): US \$ 150.00
- IVA (19% sobre US\$ 1000): US \$ 190.00

TOTAL DE IMPUESTOS A PAGAR US \$ 340,00 (IVA + impuesto adicional)

Debemos tener presente que nosotros contaremos con registro sanitario, obtenido previo análisis físico-químico completo, bromatológico y microbiológico.

De manera informativa y de acuerdo a la página web de DIGESA, le brindamos los requisitos para solicitar el Registro sanitario en Perú:

1. Solicitud Única de Comercio Exterior (SUCE) [www.vuce.gob.pe](http://www.vuce.gob.pe). Para Obtener N° de SUCE deberá tramitarlo con su Código de Pago Bancario (CPB), esta solicitud tiene carácter de Declaración Jurada e incluye la siguiente información:

a.1) Nombre o razón social, domicilio y número de Registro Único de Contribuyente de la persona natural o jurídica que solicita la inscripción o reinscripción.

a.2) Nombre que refleje la verdadera naturaleza del producto y marca del producto.

a.3) Nombre o razón social, dirección y país del establecimiento de fabricación.

a.4) Resultados análisis físico-químico y microbiológicos del producto terminado, procesado y emitido por el laboratorio de control de calidad de la fábrica o por un laboratorio acreditado INACAL u otro organismo acreditador de país extranjero que cuente con reconocimiento Internacional firmante del Acuerdo de Reconocimiento Mutuo de ILAC (International Laboratory Accreditation Cooperation) o del IAAC (Inter American Accreditation Cooperation).

a.5) Resultado de Análisis bromatológico procesado y emitido por laboratorio acreditado por el Instituto Nacional de Calidad - INACAL u otro organismo acreditador de país extranjero que cuente con reconocimiento internacional firmante del Acuerdo de Reconocimiento Mutuo de ILAC (International Laboratory Accreditation Cooperation) o del IAAC (Inter American Accreditation Cooperation), para los Alimentos de regímenes especiales, los mismos que deberán señalar sus propiedades nutricionales.

a.6) Relación de ingredientes y composición cuantitativa de los aditivos,

identificando a estos últimos por su nombre genérico y su referencia numérica internacional. (Código SIN)

a.7) Condiciones de conservación y almacenamiento.

a.8) Datos sobre el envase utilizado, considerando tipo, material y presentaciones.

a.9) Periodo de vida útil del producto en condiciones normales de conservación y almacenamiento.

a.10) Sistema de identificación del Lote de producción.

a.11) Proyecto de rotulado, conforme las disposiciones del presente Reglamento.

2. Certificado de Libre Comercialización o Certificado de Uso emitido por la autoridad competente del país del fabricante o exportador si el producto es importado.

#### **b) Reinscripción en el Registro Sanitario de Alimentos de Consumo**

##### **Humano.**

1. Solicitud Unica de Comercio Exterior (SUCE), [www.vuce.gob.pe](http://www.vuce.gob.pe). Para obtener N° de SUCE deberá tramitarlo con su Código de Pago Bancario (CPB), esta solicitud tiene carácter de declaración Jurada e incluye la siguiente información:

2. Declaración Jurada, señalando que las condiciones por las cuales se otorgó el registro se mantienen vigentes.

##### **Notas:**

1. El Registro Sanitario se otorga por producto o grupo de productos y fabricante. Se considera grupo de productos aquellos elaborados por fabricante, que

tienen la misma composición cualitativa de ingredientes básicos que identifica al grupo y que comparten los mismos aditivos alimentarios.

2. La reinscripción en el Registro Sanitario se sujeta a las mismas condiciones, requisitos y plazos establecidos para la inscripción. De existir requisitos, elementos o cambios en la normativa, sobrevinientes a las condiciones bajo las cuales se otorgó el registro sanitario, se exigirá la adecuación.

3. El documento se entregará en un plazo máximo de siete (7) días hábiles.

### 3.2 Investigación del Mercado Objetivo

Nuestro proyecto de exportación se ha elaborado dirigido al mercado de Chile, Santiago de Chile basándonos en diferentes factores. Utilizamos la información de las páginas web de apoyo al análisis de mercado y luego revisamos el movimiento de la partida para poder apreciar quienes son los países destino.

Información de los principales importadores de América Latina y el Caribe, de acuerdo a la Partida 220300

Tabla 14. Principales Importadores de América Latina y el Caribe

PRINCIPALES IMPORTADORES DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE	Monto 2016	Monto 2015	Monto 2014	Monto 2013	Monto 2012	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2012-2016	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2012-2016
México	200.737	226.265	152.760	154.865	129.947	18%	13%
Chile	168.955	162.124	175.142	130.284	95.094	3%	16%
Paraguay	112.621	120.525	116.112	70.108	75.077	18%	14%
Colombia	46.104	34.534	29.902	25.458	16.596	36%	26%

Fuente: Elaboración Propia a partir de TradeMap.

Crecimiento de los importaciones de los países  
Producto : 220300 Cerveza de malta

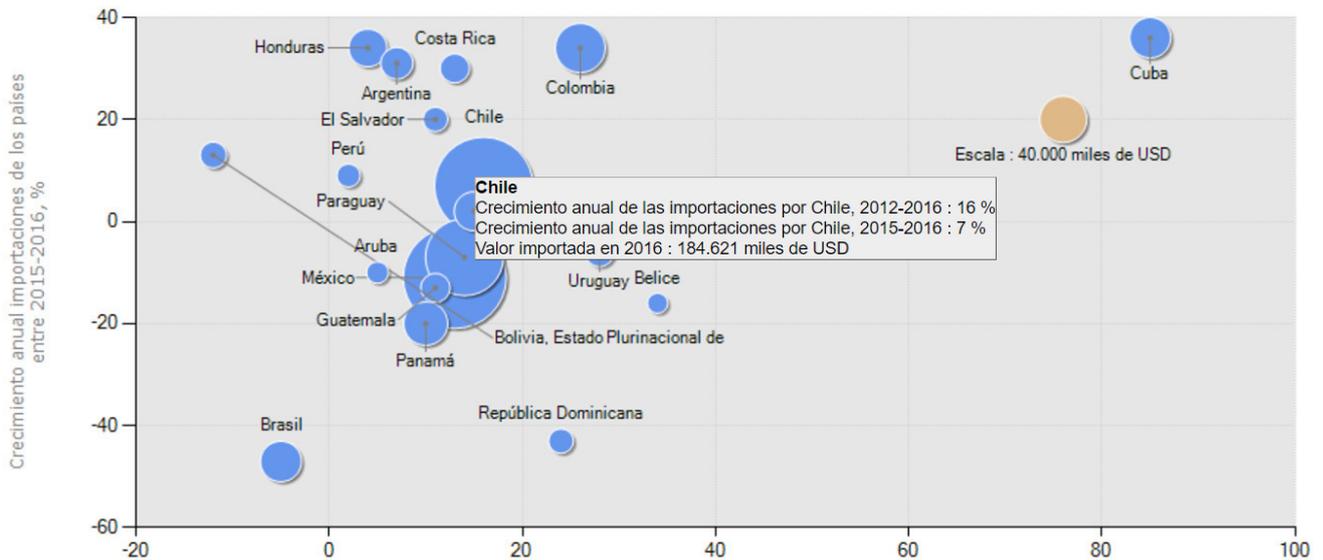


Figura 6. Crecimiento de las importaciones de los países de América Latina y el Caribe

Fuente: Trademap

## POR PUERTOS DE DESTINO

PUERTOS	FOB2016 Mil(US\$)	Pe.Netto 2016(TN)	FOB2015 Mil(US\$)	Pe.Netto 2015(TN)	%Var 2016- 2015	%Cont 2016
San Antonio	2,843	2,102	1,573	1,293	81%	26%
Valparaiso	2,705	1,997	1,938	1,388	40%	25%
Iquique	1,412	1,671	1,346	1,976	5%	13%
Arica	791	1,121	794	1,601	0%	7%
Lirquen	745	534	383	277	95%	7%

Figura 7. Puertos Predominantes de exportación de Cerveza

Fuente: SIICEX

Información Nacional de los puertos predominantes a donde se exporta  
cerveza bajo la partida 2203000000.

Para continuar con el plan de negocios, hemos tomado en cuenta algunas variables y se le ha dado un peso porcentual a cada uno de ellos para que, de esta manera podamos determinar cuál es el mercado objetivo que más nos conviene, donde:

MÉXICO: MX

CHILE: CH

PARAGUAY: PA

Tabla 15. Variables para Elegir el país de destino

<b>Factores</b>	<b>Peso Relativo</b>	<b>MX</b>	<b>CH</b>	<b>PA</b>
Población	20%	9	7	5
Consumo Per Cápita	25%	8	6	7
Ingreso Promedio Mensual	20%	8	7	5
Obstáculos Burocráticos	15%	5	4	5
Barreras arancelarias y no arancelarias	10%	2	2	2
Afinidad Cultural	10%	5	9	4

Fuente: Elaboración Propia.

$$\text{Puntuación MX: } 9*0.2+8*0.25+8*0.20+5*0.15+2*0.10+5*0.10= 6.85$$

$$\text{Puntuación CH: } 7*0.2+6*0.25+7*0.20+4*0.15+2*0.10+7*0.10= 6.00$$

$$\text{Puntuación PA: } 5*0.2+7*0.25+5*0.20+5*0.15+2*0.10+4*0.10= 5.10$$

Podemos indicar que México tiene la población más grande entre las 3 opciones de país destino, puesto que son 130,297,623 millones de habitantes, en Chile son 17,948,141 millones de habitantes y en Paraguay 6,804,864 de habitantes. México también tiene el consumo de cerveza per cápita más alta de los 3 países evaluados con 59,9 lt, seguido por Paraguay con 45 lt y Chile con 43,7 lt , el ingreso

promedio mensual más alto se indica que se registra en México con \$800.00, seguido por Chile con \$744.00 y por último Paraguay con \$ 350.00. En el tema burocrático los 3 países son bastante similares y engorrosos, las barreras arancelarias son bastante bajas en los 3 países gracias a los tratados comerciales que existen, pero, la afinidad cultural es mayor con Chile ya que, con ellos tenemos historia, empresas con inversiones en ambos países, cercanía de culturas y formas de negociar, de igual manera en Chile se encuentra una persona de confianza para la empresa que nos brindará apoyo para conocer el mercado y la mente del consumidor chileno de cerveza artesanal.

Debemos tener presente que el consumo per cápita de cerveza es en general, artesanal e industrial.

Adicionalmente, se debe tener presente que en México son bastante arraigados a su cultura y a los licores bandera por lo que sería bastante complicado que acepten a la cerveza artesanal peruana, considerada gourmet y desplazar al tequila, michelada y otros. Por lo que elegimos a Chile como el destino que nos conviene más según los criterios mencionados.

### **3.2.1 Segmentación del Mercado Objetivo**

De acuerdo al Trade portal Santander (2015) En el país de Chile hay 17'948,141 millones de personas aproximadamente, en la ciudad de Santiago de Chile hay 5'150,010.00 de personas donde prevalecen las edades entre 25 a 49 años con el 47% de la población.

Existe un crecimiento en los últimos 10 años y alrededor de 300 empresas productoras de cerveza artesanal en todo Chile.

De acuerdo a Gonzáles, A. (2016) en el portal Emol en la sección economía, nos indica que se registró un aumento per cápita de las bebidas alcohólicas de 2.1% en comparación del año 2014 (60,4 litros) al 2015 (61,3 litros) donde lidera el consumo de cerveza con 43,7 litros en el 2015 per cápita y se estima que para el año 2020 el consumo per cápita sea de 45 litros, seguido por el vino con 13,4 litros al año per cápita.

Existe un crecimiento del 25,3% entre el 2010 y el 2015, se proyecta un crecimiento de 8.1% entre el 2015 y el 2020.



Figura 8. Crecimiento estimado para el Consumo de Cerveza entre el 2010 y 2015

Fuente: Porta Web EMOL

De acuerdo a la ACECHI (Asociación de Productores de Cerveza de Chile) En el año 2016 la importación de cerveza se incrementó en 18% a comparación del año anterior 2015. Siendo en el 2016, 190 millones de litros de cerveza y en el año 2015, 162 millones de litros de cerveza.

Los principales países que exportan cerveza a Chile son: México, Estados Unidos y Argentina que concentran casi el 80% de la exportación de cerveza hacia Chile, con 153.520.994 litros generando un ingreso CIF de USD \$168,957,568.00 y en el año 2015 fue de U\$ 162,199,265.28



Figura 9. Radiografía del Consumo Chileno de Alcohol en Chile

Fuente: Web EMOL

Tabla 16. Totalidad de Bares, Minimarkets y Restaurantes en la Comuna de Santiago de Chile

COMUNAS	BARES/PUB	MINIMARETS	RESTAURANT	CANTIDAD
LA CISTERNA	13	18	50	81
LA FLORIDA	45	94	20	159
LA REINA	14	19	55	88
LAS CONDES	83	55	279	417
LO BARNECHEA	8	6	40	54
MAIPU	42	114	118	274
ÑUÑO A	24	46	158	228
PROVIDENCIA	144	69	479	692
SAN MIGUEL	23	34	78	135
SANTIAGO	281	204	776	1261
VITACAURA	24	11	129	164
				<b>3553</b>

Fuente: Elaboración Propia en Base al Censo de Establecimientos Comerciales de Chile.

De acuerdo a la web del Censo de Establecimientos Comerciales de Chile sabemos que en las comunas en Santiago, hay un total de 3553 establecimientos entre Bares, Minimarkets y Restaurantes

De acuerdo a la Guía de Restaurantes Peruanos en Chile: Perú Mucho gusto, existen restaurantes peruanos en muchas de las comunas en Santiago:

Tabla 17. Cantidad de Restaurantes por Comuna Metropolitana

COMUNA	RESTAURANTES PERUANOS
LA FLORIDA	4
LA REINA	6
LAS CONDES	9
MAIPU	1
ÑUÑO A	5
PROVIDENCIA	16
SAN MIGUEL	2
SANTIAGO	19
VITACAURA	10
	<b>72</b>

Fuente: Elaboración Propia a Partir de la Guía de Restaurantes Peruanos en Chile: Perú Mucho Gusto.



a) Un primer segmento (cluster 1) llamado Stout que son personas de entre 24 a 35 años con estudios universitarios completos y con un consumo de tres (03) veces a la semana y valoran los beneficios de la calidad del producto artesanal y el utilizarlo en compartir con amigos principalmente.

b) Existe un segundo segmento (cluster 2) llamado Lagers compuesto con personas de entre 23 y 29 años con estudios universitarios incompletos, solteros y con un consumo de dos (02) veces por semana.

De acuerdo a esta información, podemos indicar que vamos a apostar por llegar a la clase alta (AB), Clase media acomodada (C1a), Clase media emergente (C1b) y Clase media típica (C2) que vendría a ser el segmento medio y alto de Santiago de Chile donde calzan ambos tipos de segmentación presentada, pero nos enfocamos por el cluster uno (01) principalmente.

De igual manera, en esta medida aplica a los locales comerciales como restaurantes, bares y supermercados en Santiago de Chile que contemplan a comensales de estas características en su mayoría.

Podemos observar los factores más importantes que valoran ambos grupos, resaltando su preferencia por la calidad.

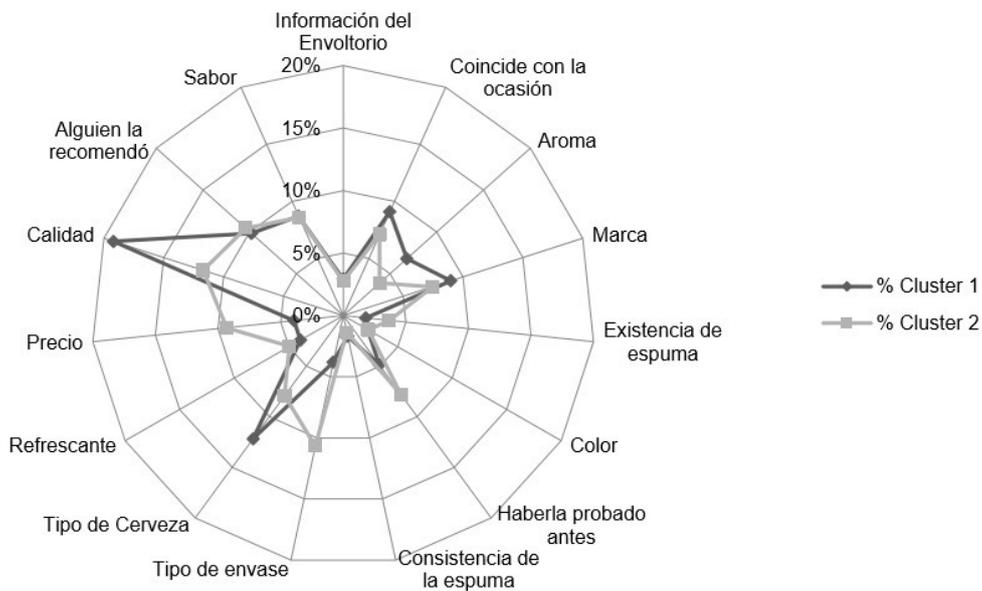


Figura 11. Factores Importantes

Fuente: Institute for Business and Finance Reserch (IBFR) a través de la Universidad Técnica Federico Santa María, Valparaíso, Chile.

Para comprender mejor la estratificación social que se maneja en Chile, el portal web de la empresa Novomerc Chile (empresa operativa de marketing) asociada a la Agrupación de Empresas de Investigación de Mercado en Chile (AIMCHILE) nos brinda una breve descripción exacta por cada segmento:

#### Segmento ABC1

"ABC1" santiaguino de hoy representa a un 10 % de la sociedad. Son profesionales universitarios con carreras de prestigio, que tienen altos cargos ejecutivos y que viven en los mejores y más exclusivos sectores de la ciudad, con áreas verdes bien ornamentadas, con calles bien pavimentadas y limpias, en casas amplias o departamentos de lujo, de construcción sólida y con detalles de buen gusto en las terminaciones. Están ubicados, principalmente, en Providencia, Las Condes, Lo Barnechea y Vitacura, aunque en los últimos años han emigrado a comunas periféricas tradicionalmente de grupos más modestos, como Colina y Huechuraba.

Convencionalmente, se tiende a agrupar al "AB" con el "C1", debido a que los primeros apenas superan el 2,5 %, y son de más difícil acceso debido, entre otras razones, al recelo con que mantienen la información sobre sus bienes.

#### Segmento C2

Los "C2", corresponden a lo más típico de la clase media, son menos del 20 % del total de la población santiaguina. Viven en sectores tradicionales, alejados del centro de la ciudad, generalmente en condominios con muchas viviendas, en calles limpias y cuidadas. Se les puede encontrar en Las Condes, Providencia, La Reina, Ñuñoa, La Florida y Macul. Los jefes de hogar generalmente son profesionales universitarios, con carreras de primer y segundo nivel de prestigio, que se desempeñan como ejecutivos o jefes de departamentos. Su ingreso familiar puede variar entre los 670 mil pesos al millón 800 mil pesos, lo que les permite tener un vehículo (a veces dos), de modelos medianos, por un valor inferior a los siete millones de pesos.

#### Segmento C3

Clase media baja, que bordea el 30 %. Corresponden, en su mayoría, a personas sin estudios de nivel superior, aunque si se incluyen en este grupo a profesores y a técnicos. Son característicos los comerciantes, empleados administrativos, taxistas, vendedores y obreros. Principalmente viven en San Joaquín, Independencia, Peñalolen, La Florida y Maipu, y cuentan con algunos vehículos, especialmente de trabajo, como furgones o taxis.

#### Segmento D

Poco más del 30 % constituye el "D", calificado por algunas empresas de estudios de mercado como la clase baja. Se trata de personas con estudios básicos o medios incompletos, aunque cada vez es más difícil ubicar a gente de este grupo sin su escolaridad completa. Sin embargo, suelen carecer de profesión, por lo que se desempeñan generalmente como obreros, empleadas domésticas o jardineros, que pueden tener un ingreso familiar mensual entre 245

mil pesos y 440 mil. Viven en poblaciones antiguas, de tipo popular y con alta densidad poblacional, en calles con veredas estrechas y pavimento en regular estado, sin áreas verdes y medianamente limpias. Sus casas son pequeñas, de tipo económica y están en Cerro Navia, Recoleta, Conchali y El Bosque.

### Segmento E

En el último eslabón de la pirámide está el grupo "E", con poco menos del 7 % de la población que raya en la extrema pobreza. Se concentran en sectores populares y peligrosos, como La Pintana, Huechuraba, Renca y Lo Espejo, donde las calles están sin pavimentar y con poca urbanización. Las viviendas son de material ligero, pequeñas, con una o dos habitaciones que funcionan como comedor, cocina y dormitorio. El promedio de escolaridad del jefe de hogar no sobrepasa los cinco años, por lo que se desempeñan en trabajos ocasionales, como aseadores, lavadores de autos o salen del paso con los típicos "pololos". El promedio ponderado de su ingreso familiar mensual es de 120 mil pesos.

De acuerdo al portal EMol Económico, Las comunas de Santiago, Providencia, Ñuñoa, La Reina, Las Condes, Vitacaura y Lo Barnechea conforman el segmento social ABC1 y Clase media típica C2 donde se encuentran las comunidades Maipú, San Miguel, La cisterna y La Florida.

De acuerdo a esta información anterior y considerando la proyección a futuro realizada por el Instituto Nacional de Estadística de Chile (INE) ajustando las edades de 24 a 35 años se estima un total de 279, 484 habitantes del segmento ABC1 y en el segmento C2 el total sería de 223,003 habitantes entre 24 a 35 años.

Debemos tener presente que se toma de referencia esta edad en estos estratos sociales porque, son parte de nuestro estudio del perfil del consumidor de cerveza artesanal.

El histórico del consumo per cápita de cerveza nos indica que el sector cervecero está en crecimiento constante.

Tabla 18. Histórico del consumo Pér Cápita de la Cerveza

AÑO	2012	2013	2014	2015	2016
LT PER CAPITA	40.00	40.50	42.00	43.70	45.89

Fuente: Elaboración Propia.

De acuerdo a la información analizada, del número total de habitantes de entre 24 a 35 años de los sectores ABC1 y C 2 de las comunas anteriormente mencionadas en Santiago son 502,487 personas en el 2017 por lo que consideramos los litros per cápita de cerveza generando una demanda disponible de 23, 571, 665 litros anuales, considerando que el mercado de cerveza artesanal crece en 20% año a año la demanda efectiva de Cerveza Artesanal sería 282,860 litros anuales, por lo que abarcaremos solo el 3% demanda efectiva anual qué sería 8,485,799 mililitros de cerveza artesanal y eso representa 2176 botellas de 325 ML al mes.

### 3.2.2 Tendencias del consumo

De acuerdo al estudio indicado anteriormente, se puede confirmar que el cluster 1 del consumidor es el más experimentado en cerveza artesanal y productos artesanales y en el caso de los cluster 2 son consumidores con poca experiencia, pero se encuentran en la tendencia de adquirir preferencias por las cerveza artesanal y productos artesanales u orgánicos.

Ambos segmentos muestran su preferencia y búsqueda por la calidad en la cerveza artesanal, pero el cluster 1 compara las cervezas y se deja influenciar por opiniones y/o recomendaciones de terceros y en el cluster 2 aún se fijan en el precio y forma de envase de la cerveza artesanal.

### 3.3 Análisis de la Oferta y la demanda

#### 3.3.1 Análisis de la oferta



Figura 12. Producción de Cerveza en el Mundo 2015

Fuente: Mohou San Miguel - Cerveceros de España.

El país con la mayor producción de Cerveza en el mundo es China, seguido de EEUU, en tercer lugar, se encuentra Brasil en cuarto lugar desplazando a Alemania se encuentra México y en quinto lugar se encuentra Alemania, esto de acuerdo a lo indicado por el diario universal de México (mayo 2017).

De acuerdo al portal web Trade Map, y utilizando la partida de cerveza de malta N° 220300, México es el 1er exportador de cerveza a nivel mundial con US\$ 2,814, 316 dólares, seguido de Países Bajos en el 2do lugar, Bélgica en 3er lugar, Alemania en 4to lugar y Reino Unido en 5to lugar con US\$ 814,474 dólares

Lista de los exportadores para el producto seleccionado  
Producto: 220300 Cerveza de malta

Unidad: Dólar Americano miles

Tabla Gráfico Mapa Empresas Licitaciones públicas Datos IED Normas voluntarias

Descargar: [icon] [icon] [icon] Período (número de columnas): 5 por página líneas por página: Por defecto (25 por página)

SA8	Exportadores	valor exportada en 2012	valor exportada en 2013	valor exportada en 2014	valor exportada en 2015	valor exportada en 2016
	Mundo	12.862.665	13.535.952	13.601.135	12.781.944	13.139.874
	México	2.121.906	2.211.205	2.411.024	2.542.305	2.814.316
	Países Bajos	1.962.764	2.003.111	2.041.298	1.887.692	1.902.996
	Bélgica	1.354.929	1.550.427	1.401.026	1.273.098	1.445.549
	Alemania	1.372.411	1.372.626	1.429.498	1.266.424	1.302.105
	Reino Unido	896.736	984.996	813.510	773.247	814.474
	Estados Unidos de América	448.439	520.474	541.893	616.734	614.374
	Francia	455.434	443.483	468.031	388.541	391.292
	Irlanda	332.055	317.709	305.647	316.226	307.274
	Dinamarca	303.038	326.322	343.176	291.011	287.439
	República Checa	234.473	263.658	277.166	256.740	267.812
	España	121.818	151.390	199.408	229.222	220.811
	Italia	171.928	176.962	204.906	208.492	201.466
	China	141.054	162.886	177.038	183.272	192.685
	Tailandia	212.652	236.108	231.611	207.124	185.474
	Polonia	117.363	154.941	179.082	187.823	174.679
	Singapur	186.635	214.829	207.049	189.817	166.037

Figura 13. Lista de exportadores para la partida 2203.00

Fuente: Trademap

### Producción Nacional

De acuerdo al portal web RRP Noticias, Perú realizó una producción de 13,1 millones de hectolitros mejorando su producción en 1% a comparación del 2014 que fue de 12,96 millones de hectolitros.

De acuerdo al diario Gestión, la producción de cerveza artesanal en Perú alcanza 1 millón de litros para el año 2016 y en el 2015 fue de 650,000 litros, consiguiendo un aumento por encima del 50%.

### Exportaciones Peruanas de Cerveza

De acuerdo al portal peruano Agrodata, existe un crecimiento de 14% entre las exportaciones de cerveza a valor FOB del año 2015 (\$8,509,836) a comparación del año 2016 donde se consiguió exportaciones a valor FOB por \$9,713,343

Tabla 19. Exportación de Cerveza Malta desde Perú

EXPORTACION DE CERVEZA DE MALTA			12	FUENTE: SUNAT			12
MES	2016			2015			
	FOB	KILOS	PREC. PROM.	FOB	KILOS	PREC. PROM.	
ENERO	977,122	809,766	1.21	369,126	510,873	0.72	
FEBRERO	580,551	508,729	1.14	657,828	718,798	0.92	
MARZO	669,642	657,991	1.02	594,922	723,933	0.82	
ABRIL	845,962	714,115	1.18	652,224	754,342	0.86	
MAYO	644,222	745,373	0.86	343,906	414,926	0.83	
JUNIO	990,139	877,677	1.13	663,693	801,250	0.83	
JULIO	888,129	783,801	1.13	856,144	848,528	1.01	
AGOSTO	990,584	889,928	1.11	540,481	719,174	0.75	
SEPTIEMBRE	276,024	271,390	1.02	910,156	915,110	0.99	
OCTUBRE	1,206,484	1,049,017	1.15	1,201,960	1,014,903	1.18	
NOVIEMBRE	1,028,656	884,254	1.16	862,430	773,529	1.11	
DICIEMBRE	615,828	579,468	1.06	856,966	729,279	1.18	
<b>TOTALES</b>	<b>9,713,343</b>	<b>8,771,509</b>	<b>1.11</b>	<b>8,509,836</b>	<b>8,924,645</b>	<b>0.95</b>	
<b>PROMEDIO MES</b>	<b>809,445</b>	<b>730,959</b>		<b>709,153</b>	<b>743,720</b>		
<b>% CREC. ANUAL</b>	<b>14%</b>	<b>-2%</b>	<b>16%</b>				

Fuente: Sunat - Agrodata

De igual manera, de acuerdo a Agrodata (2016). tenemos los principales destinos de exportación de cerveza en el año 2016, encabezados por Chile con el 79% de la torta a valor FOB, seguido por EEUU con el 12%

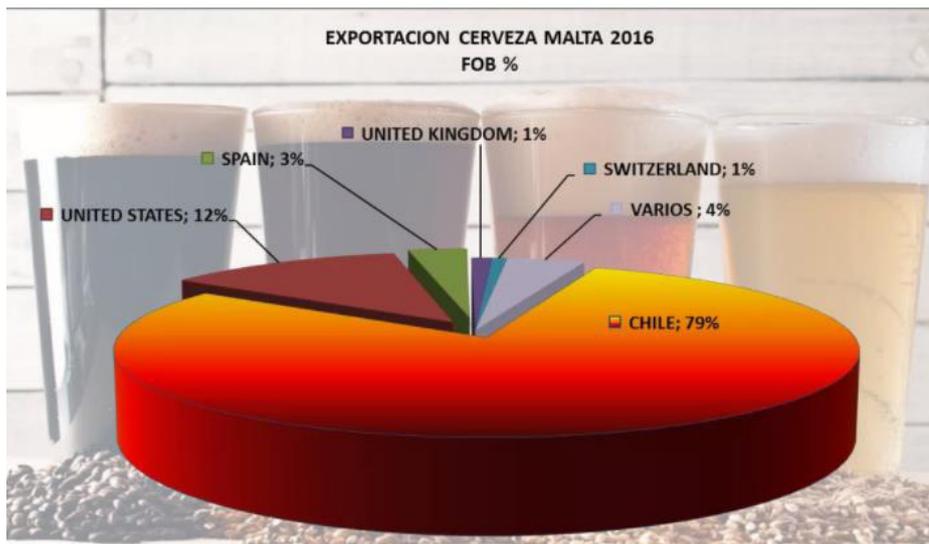


Figura 14. Principales destinos de exportación de Cerveza Malta 2016

Fuente: Agrodata Perú

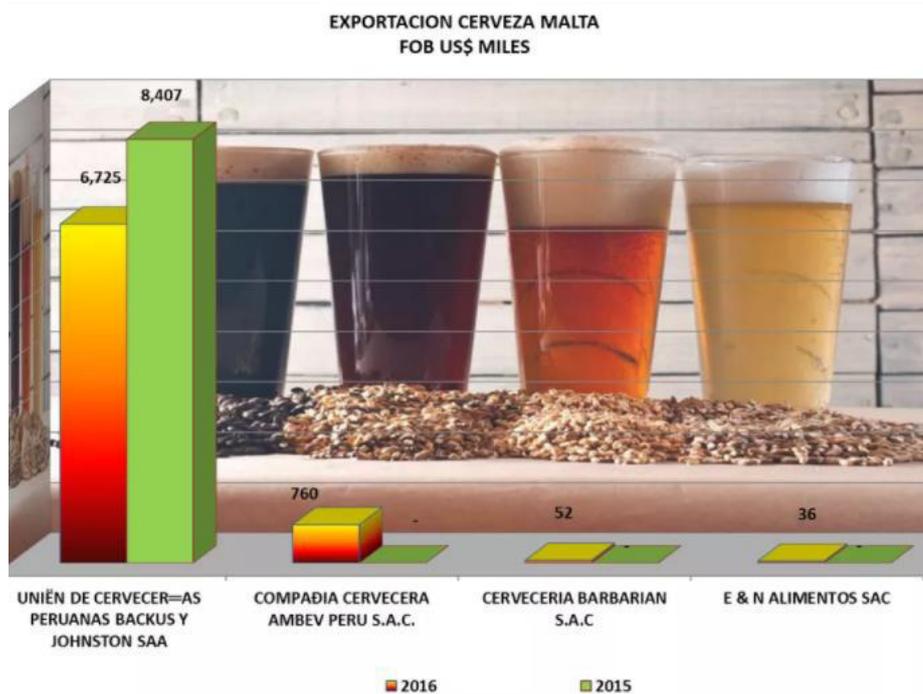


Figura 15. Principales exportadores de Cerveza Malta

bFuente: Agrodata Perú

Se debe tomar en cuenta que Backus y Johnston SAA realiza más del 90% de exportación de cerveza industrial, seguido por Ambav Perú SAC con cerveza industrial y en tercer lugar aparece una empresa cervecera Barbarian SAC con US\$ 52,000 en valor FOB de exportación.

De acuerdo a la publicación del portal chileno economía y negocios (2016) El crecimiento en los últimos 10 años del sector de la cerveza artesanal se refleja en aproximadamente 300 empresas en el país del sur, según la Asociación de Productores de Cerveza de Chile (Acechi).

Para el año 2015 se cerró una producción en el nicho de la cerveza artesanal de 1% del sector cervecero chileno total y eso representa el 6.8 millones de litro.

Para el año 2016 el gremio de cervecería artesanal indica que el consumo per cápita era de 44 litros

### 3.3.2 Análisis de la Demanda

Principales importadores de cerveza en el mundo; la lista está encabezada por EEUU, con US\$ 5,080,570 dólares en el año 2016, seguido por Reino Unido en el 2do lugar, en el 3er lugar Francia, en 4to lugar China y en 5to lugar Italia con US\$ 594,421. Debemos reconocer que en la lista de los 15 primeros importadores de cerveza se encuentra Chile en el puesto 14 con US\$ 185,650 dólares al 2016.

**Lista de los importadores para el producto seleccionado**  
Producto: 2203 Cerveza de malta

Inidad: Dólar Americano miles

Tabla Gráfico Mapa Empresas

Datos IED Normas voluntarias

Descargar:

Periodo (número de columnas): 5 por página líneas por página: Por defecto (25 por página)

SA6	Importadores	valor importada en 2012	valor importada en 2013	valor importada en 2014	valor importada en 2015	valor importada en 2016
	Mundo	12.549.522	13.057.634	13.934.604	13.507.040	14.220.629
	<a href="#">Estados Unidos de América</a>	3.917.077	3.906.799	4.346.815	4.754.821	5.080.570
	<a href="#">Reino Unido</a>	676.348	678.836	688.169	611.723	722.089
	<a href="#">Francia</a>	707.227	638.703	687.240	629.960	704.405
	<a href="#">China</a>	144.207	231.486	406.989	575.140	665.733
	<a href="#">Italia</a>	629.186	645.634	652.087	605.473	594.421
	<a href="#">Canadá</a>	594.060	627.797	597.704	560.248	570.976
	<a href="#">Alemania</a>	572.383	582.368	634.853	487.908	516.336
	<a href="#">Australia</a>	253.969	308.993	324.724	324.293	325.441
	<a href="#">España</a>	255.874	305.106	332.075	302.183	294.256
	<a href="#">Países Bajos</a>	274.098	292.194	317.812	276.291	278.466
	<a href="#">Bélgica</a>	367.590	368.653	251.855	176.880	210.592
	<a href="#">México</a>	129.947	154.865	152.760	226.265	200.737
	<a href="#">Taipei Chino</a>	158.033	165.711	183.870	172.546	185.650
	<a href="#">Chile</a>	99.927	135.514	182.636	172.108	184.621
	<a href="#">Corea, República de</a>	73.453	89.663	111.636	141.771	181.592

Figura 16. Lista de importadores para la partida 2203.00 Cerveza de Malta

Fuente: Trademap

Los principales socios de Chile en la importación de Cerveza son México con US\$ 73, 499 dólares en el año 2016, seguido por EEUU, en 3er lugar se encuentra Argentina y en 4to lugar se encuentra Perú con US\$ 10, 243 dólares.

**Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Chile**  
Producto: 2203 Cerveza de malta

Unidad: miles Dólar Americano

Tabla Gráfico Mapa Empresas Datos IED Datos arancelarios Normas voluntarias

Descargar: Período (número de columnas): 3 por página líneas por página: Por defecto (25 por página)

Bilateral a 6 dígitos	Exportadores	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015	Valor importada en 2016 ▼
	Mundo	182.636	172.108	184.621
<input type="checkbox"/>	<a href="#">México</a>	90.720	73.392	73.499
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Estados Unidos de América</a>	52.908	52.438	63.326
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Argentina</a>	12.715	16.113	10.431
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Perú</a>	5.866	7.370	10.243
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Alemania</a>	3.931	5.082	8.266
<input type="checkbox"/>	<a href="#">España</a>	3.126	3.446	5.447
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Bolivia, Estado Plurinacional de</a>	4.089	4.099	3.576
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Países Bajos</a>	2.005	1.947	1.926
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Uruguay</a>	2.353	4.058	1.809
<input type="checkbox"/>	<a href="#">Bélgica</a>	1.553	1.067	1.755

Figura 17. Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Chile

Fuente: TradeMap

De acuerdo al mejor Sommelier de Chile Marcelo Pinto a través del portal web economía y negocios, estas son las mejores cervezas artesanales que se consumen en Chile.

Tabla 20. Lista de mejores cervezas artesanales consumidos en Chile

MARCA	CATEGORIA	PRECIO
Guayacán	Negra – Stout	\$1,300
Volcanes	Lager	\$1,200
Kross	Golden	\$2,200
Zigurat	Pale ale	\$1,990

Fuente: Web economía y negocios

Apuntamos a tener un precio de venta al consumidor final de \$2,200 de pesos chilenos, y un precio FOB de USD\$2.36 por botella de 325 ML considerando los costos de importación, logística internacional y un margen de ganancia del 10%

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

#### **3.4.1 Estrategias de Segmentación**

Nos enfocaremos en la estrategia por calidad y prestigio porque, de acuerdo a lo considerado en información de nuestro nicho de mercado elegido y calificado como cluster 1, nuestra estrategia es destacar los atributos de nuestra cerveza artesanal realizando los beneficios del mismo producto.

#### **3.4.2 Estrategias de Posicionamiento**

Conociendo que nuestro producto está dirigido a un público gourmet, vamos a promover y resaltar los momentos que son buenos para beber cerveza, abriendo las puertas al maridaje ya que, esto también influye en la decisión de compra. Adicionalmente vamos a destacar los ingredientes de la receta usada para la cerveza que comercializamos.

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

En cuanto a la distribución, sabemos que la cerveza artesanal se comercializa principalmente en restaurantes, bares, licorerías y Market's locales, por lo que vamos a incursionar en los siguientes puntos de venta a través de nuestro distribuidor.

Restaurantes Peruanos en Santiago de Chile

La Mar

Restaurante Peruano "Warique"

Market local:

OK Market

Bares

Restobar HBH

Av. Irarrázaval N° 3176, Ñuñoa, Santiago de Chile

Restobar Barsil

Av. Brasil N°552, Barrio Brasil, Santiago de Chile

### **3.5 Estrategias de Promoción**

La estrategia de promoción se centra lugares donde encontramos a los miembros de nuestro mercado meta. El producto se comercializará a través de tres canales de distribución:

Bares

Restaurantes

Markets Locales

En los lugares indicados se facilitará merchandising de nuestro producto tales como folletos y stickers con el logo de nuestro producto.

Adicionalmente, se aprovechará las demostraciones en ferias de cerveza artesanal como Best Brews y BierFest Santiago que es una feria cervecera gastronómica.

La promoción se realizará a través de nuestra página web, redes sociales, correo electrónico, futuras visitas al país de Chile para conocer a los representantes de estos puntos de venta.

Se transmitirá la información sobre el tipo de cerveza que producimos, se brindará detalles de maridaje, de los beneficios de la cerveza con el objetivo de

posicionar a la cerveza artesanal como un producto saludable, con ingredientes especiales peruanos y naturales.

### 3.6 Tamaño de planta. Factores condicionantes

Para elegir a nuestro socio tercerizador, hemos evaluado la planta con ciertos factores y para lo cual hemos utilizado el Método Cualitativo por Puntos

De acuerdo al resultado del Método Cualitativo por puntos y nuestros argumentos por cada factor evaluado, se eligió la empresa Lima Bier Lab en Jr. Restauración 287, Breña, Lima con RUC 20601724147 y con 150 mtrs<sup>2</sup> en el 3er piso.

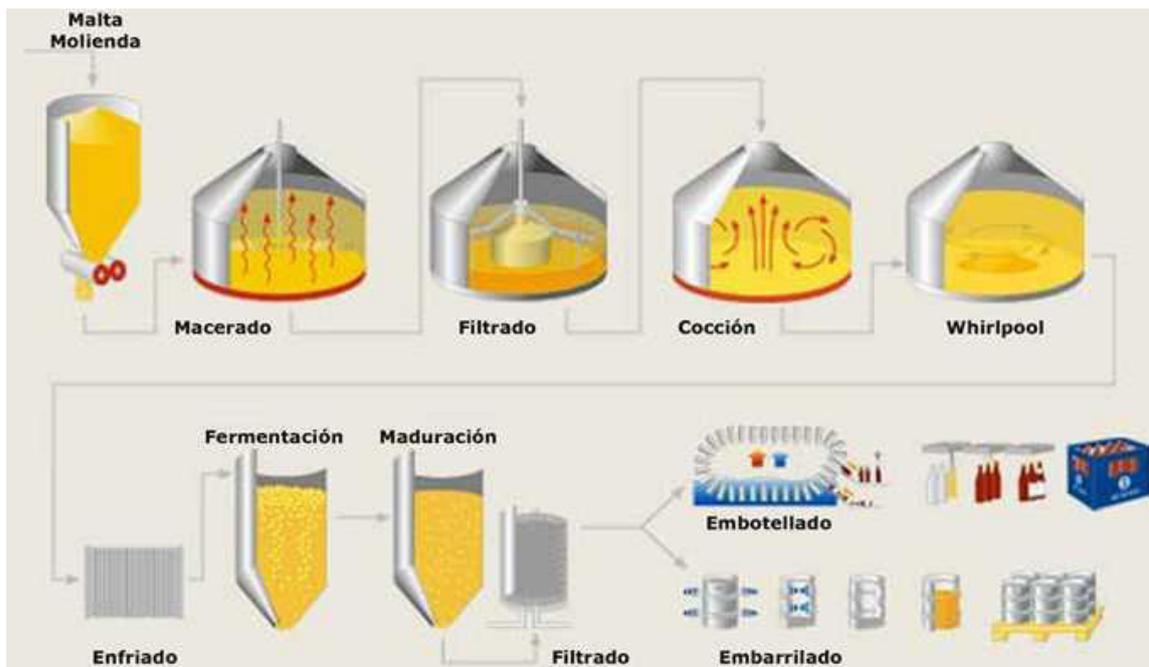


Figura 19 Proceso de Producción

Fuente: web Cerveza Argentina.Ar

En la ubicación señalada se manejará el ambiente de producción, cámara de fermentación, servicios higiénicos y salón común

Factores evaluados:

- Cercanía Al Puesto Del Callao: Para poder optimizar el costo del transporte internacional y tiempos de recorrido al puerto o cercanías.
- Cercanía A Proveedores: Reducir los tiempos de entrega de los insumos y mejorar los costos del transporte
- Costo De Alquiler Del Local: Influye directamente en los costos de la empresa y en el caso de la ubicación en Breña tenemos un precio especial porque el espacio es de una amistad (Alquiler S/ 3,000.00 mensuales)
- Beneficios Tributarios Municipales: Flexibilidades en los trámites y costos de los impuestos municipales
- Costos de los Servicios: Influye directamente en los costos de la empresa y de acuerdo al distrito también se maneja un precio por suministro de los servicios.

Tabla 21. Método Cualitativo por Puntos

Factor	Peso	Lima Bier Lima		Barranco Beer Company		Cervecería Nuevo Mundo	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Cercanía al puesto del Callao	0.20	3	0.60	2	0.40	5	1.00
Cercanía a proveedores	0.10	4	0.40	2	0.20	1	0.10
Costo de alquiler del local	0.30	5	1.50	2	0.60	3	0.90
Beneficios Tributarios municipales	0.15	3	0.45	4	0.60	3	0.45
Costos de los servicios	0.25	3	0.75	3	0.75	4	1.00
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>3.70</b>		<b>2.55</b>		<b>3.45</b>

Fuente: Elaboración Propia.

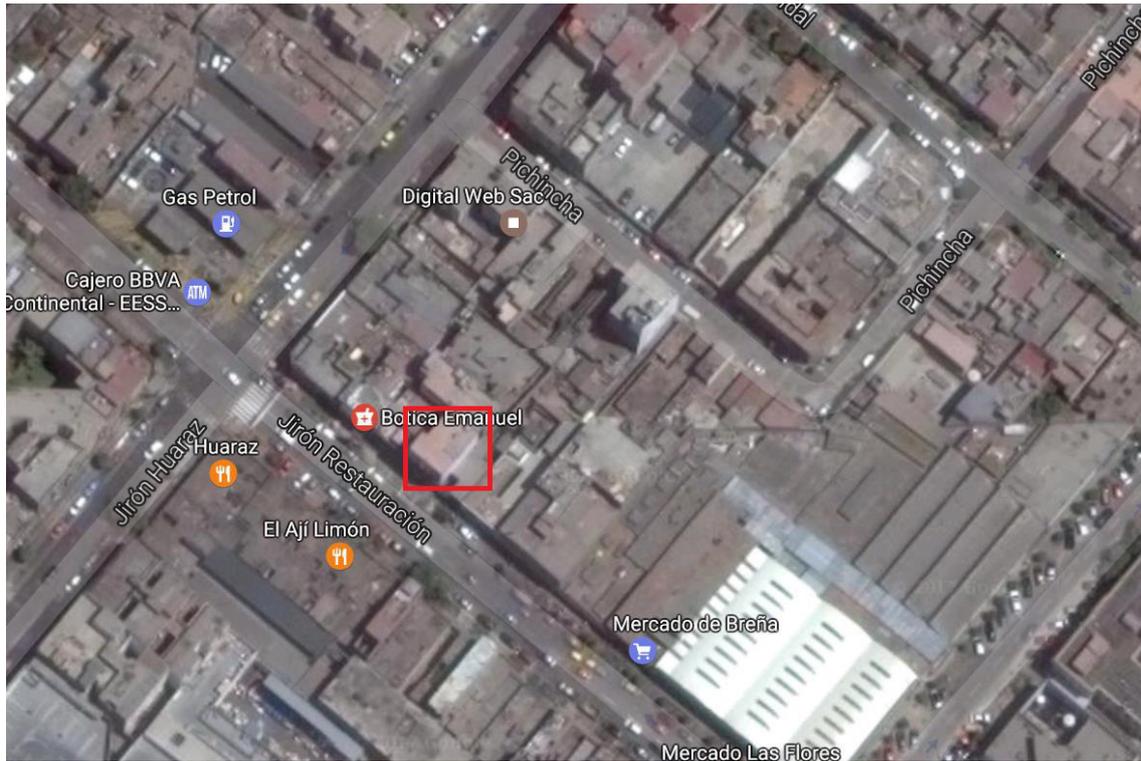


Figura 2018. Croquis del Jr. Restauración 287, Breña, Lima7

Fuente: Google Maps

## 4 PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

### 4.1 Envases, Empaques y Embalajes

Para el Envase de nuestra cerveza artesanal que utilizaremos para conservar y proteger el producto en una botella personal. A continuación, se muestra las características del envase:

Tabla 22. Características de la Familia

Características	
<b>Envase</b>	Botella de vidrio
<b>Tipo</b>	Brown
<b>Altura</b>	19,2 cm
<b>Diámetro</b>	4,95 cm
<b>Capacidad</b>	325 ML
<b>Peso</b>	210 gr.
<b>Color</b>	Marrón

Fuente: ALIBABA EXPRESS.

De esta manera se puede considerar un envase bastante ligero y tradicional para el mercado chileno.



Figura 191. Envase

Fuente: Web decervechitas.com

En el caso del Empaque y Embalaje:

En este caso el Embalaje y Empaque para exportación es una caja corrugada donde se pueden colocar 24 botellas de cerveza artesanal utilizando separadores de cartón que permite la manipulación y transporte de las botellas, con estos aditamentos se crean 4 columnas y 6 filas de botellas, tal como grafica en la figura 21. Adicionalmente, debe ser resistente para protegerlo al realizar la movilización y ayuda a mostrar los pictogramas para que puedan tomar precauciones al transportarlo.

Se presenta las características de la caja corrugada:

Tabla 23. Características de Embalaje y Empaque

Características	
<b>Embalaje y Empaque</b>	Caja de cartón corrugado
<b>Medidas</b>	Largo: 38 cm, Ancho: 26 cm y Altura: 24cm
<b>Color</b>	Marrón
<b>Contiene</b>	24 botellas de 325 ML

Fuente: Elaboración: Propia



Figura 22. Diseño de embalaje y empaque

Fuente: Web Alibaba.com

## 4.2 Diseño del Rotulado y Marcado

### 4.2.1 Diseño del rotulado

El rotulado tiene como objetivo brindar al consumidor información sobre las características del producto y de acuerdo al Manual de Bebidas Alcohólicas y Vinagres del departamento jurídico del Ministerio de Agricultura, Servicio Agrícola y Ganadero el rotulado debe ser todo en español y contener por lo menos 4 principales menciones:

Especie del producto

Graduación alcohólica

Volumen

Nombre y domicilio del envasador

Adicionalmente, se indica que las etiquetas deben estar impresas, sin correcciones y contener pie de imprenta

Se presenta la etiqueta de rotulado de nuestra cerveza artesanal:

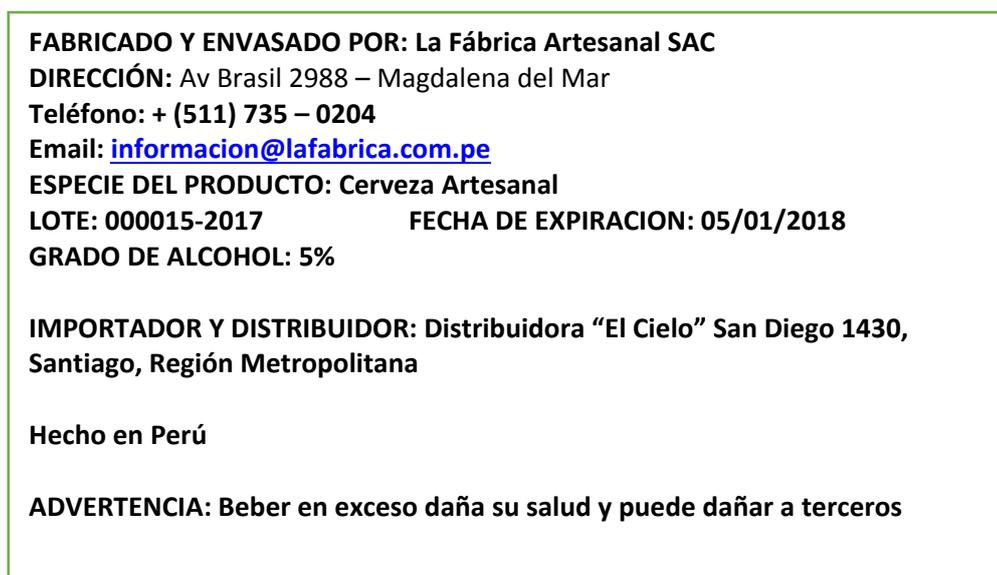


Figura 23. Diseño del rotulado

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.2 Diseño del marcado

En nuestro embalaje debe tener la siguiente información:

Exportador: La Fábrica Artesanal SAC

País de origen: Perú

Datos del importador: Distribuidora “El Cielo”

Destino: País de Chile, Puerto: Valparaíso, Lugar de entrega: Domicilio del importador

Pictogramas: proteger de la lluvia, hacia arriba y frágil

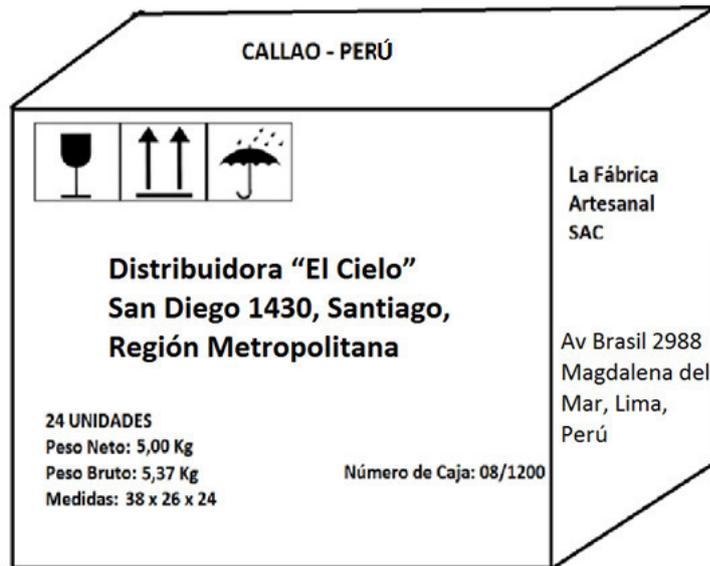


Figura 204. Diseño del marcado

Fuente: Elaboración propia

### 4.3 Unitarización y cubicaje de la carga

Se utilizarán cajas de cartón corrugado con las siguientes medidas

Largo: 38 cm

Ancho: 26 cm

Alto: 24 cm

Se utilizarán Palets de medidas estándar

Largo: 120 cm

Ancho: 100 cm

Alto: 15 cm

El cálculo de la unitarización nos indica lo siguiente:

Pueden ingresar 9 cajas por piso en cada palet, 7 pisos de cajas son 63 cajas de cervezas en 1 pallet y serían 1,512 botellas de cerveza artesanal y un segundo pallet con 28 cajas de 672 botellas de cerveza artesanal de 325 ML cada una.

Por lo que tendríamos un embarque consolidado por medio de la agencia de carga.

#### **4.4 Cadena de DFI de exportación**

De acuerdo a nuestra cadena DFI luego de la producción se procede con el empaquetado y embalado de la cerveza artesanal, la planta de la empresa tercerizada se encuentra en Breña.

Cuando los lotes de cerveza artesanal se encuentran listos se coordina con JAS Forwarding Perú quienes nos realizan toda la línea de logística hasta el buque (FOB), por lo que realiza el transporte local al almacén con los que tiene un convenio de trabajo, también está incluido el servicio de unitarización de la carga, cuadrilla, handling y carga.

Al culminar los trámites de exportación, la mercadería en el contenedor será trasladado por el buque y de acuerdo al Incoterm FOB utilizado la responsabilidad de la mercadería cae bajo el importador, pero, el seguro y flete internacional correrá por parte de nosotros como exportadores.

El tiempo promedio de llegada de Perú - Callao a Chile – Valparaíso es de entre 3 a 4 días y la distribuidora EL Cielo en Chile será el encargado de realizar los trámites de nacionalización para que, la mercadería pueda comenzar con la distribución.

Este distribuidor se encargará de llevar las cervezas a los market's locales, bares y restaurantes que tengan una alianza estratégica con nosotros

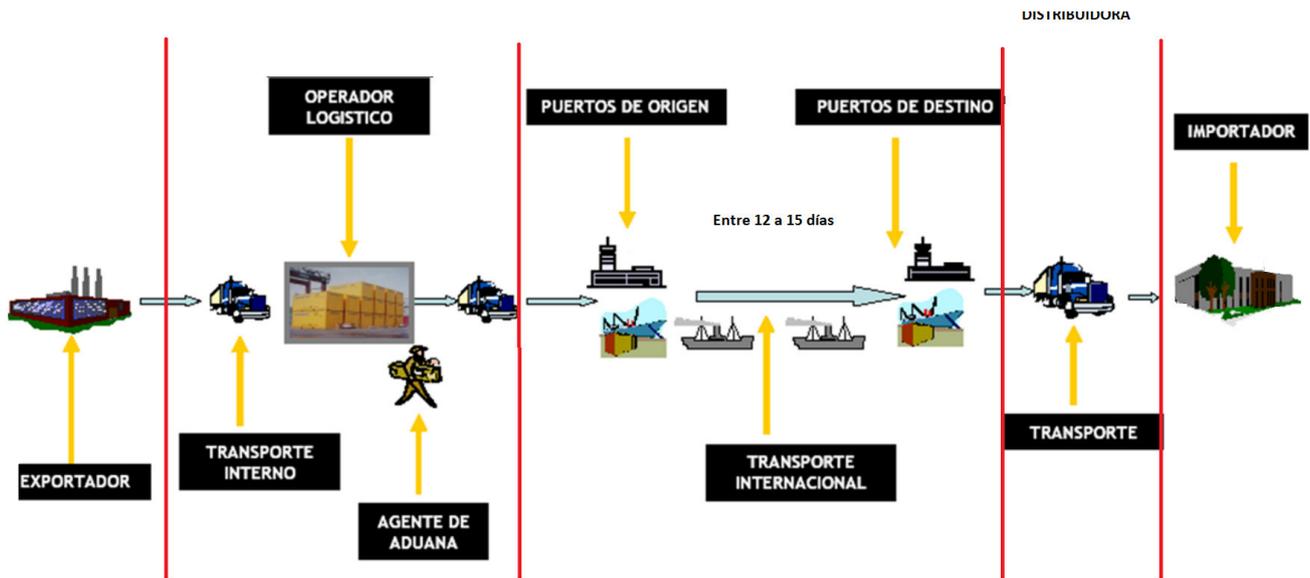


Figura 215. Cadena de DFI de Exportación

Fuente: Elaboración propia

#### 4.5 Seguro de las mercancías

A pesar de que utilizaremos el incoterm FOB y nuestra responsabilidad por la mercadería termina en el pase a bordo al buque, tomaremos un seguro de transporte internacional a todo riesgo, cláusula A adicionando las coberturas de guerra y huelga.

El seguro lo tomaremos con la cía. Pacífico Seguros con una prima total de US\$ 60.77 coberturando el tránsito desde origen hasta destino.

## 5 PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

### 5.1 Fijación de Precios

#### 5.1.1 Costos y Precio

Debemos dejar en claro que los costos ya se encuentran en dólares uniformizando la moneda para un mejor manejo de los precios dirigidos a la venta y exportación del producto.

En el caso del costo de producción tercerizado, se está considerando un precio fijo mensual de S/2,640.00 que maneja la empresa maquiladora.

Tabla 24. Estructura de costo unitario

Costos directos					
Insumos de Operación Directos					
Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo mensual	Costo anual	Costo trimestral
Costo de materia prima del Malta Pilsen (kg)	\$ 1.20	225	\$ 270.00	\$ 3,240.00	\$ 810.00
Costo de materia prima Lúpulo Cascade (kg)	\$ 35.00	1.35	\$ 47.25	\$ 567.00	\$ 141.75
Costo de materia prima de la Levadura (unidad)	\$ 3.00	9	\$ 27.00	\$ 324.00	\$ 81.00
Caja de cartón corrugado	\$ 0.09	2176	\$ 195.84	\$ 2,350.08	\$ 587.52
Chapas	\$ 0.09	2176	\$ 195.84	\$ 2,350.08	\$ 587.52
Etiquetas	\$ 0.07	363	\$ 25.41	\$ 304.92	\$ 76.23
Botellas	\$ 0.12	2176	\$ 261.12	\$ 3,133.44	\$ 783.36
<b>Total</b>	<b>\$ 39.57</b>	<b>7126.35</b>	<b>\$ 1,022.46</b>	<b>\$ 12,269.52</b>	<b>\$ 3,067.38</b>
Costo de Producto Tercerizado					
Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo mensual	Costo anual	Costo trimestral
Costo de producto tercerizado (unidad)	\$ 0.37	2,176.00	\$ 800.00	\$ 9,600.00	\$ 2,400.00
Transporte del local del proveedor hasta el almacén (x peso)	\$ 0.20	2,176.00	\$ 435.20	\$ 5,222.40	\$ 1,305.60
<b>Total</b>	<b>\$ 0.57</b>	<b>2176</b>	<b>\$ 1,235.20</b>	<b>\$ 14,822.40</b>	<b>\$ 1,305.60</b>
<b>Total de Costos Directos</b>				<b>\$ 27,091.92</b>	<b>\$ 4,372.98</b>

Fuente: Elaboración propia

No contamos con costo por personal operativo porque se está tercerizando la producción de la cerveza artesanal.

Costos Indirectos:

A continuación, se detallan los costos de personal:

Tabla 25. Costos de personal

Gastos Administrativos							
Cargo	N° de Empleados	Pago Mensual	Pago Anual	ESSALUD 9% Anual	Vacaciones 15 días	Total Anual	
Gerente General	1	\$ 550.00	\$ 6,600.00	\$ 594.00	\$ 275.00	\$ 7,469.00	
Asistente de administración y Finanzas	1	\$ 380.00	\$ 4,560.00	\$ 410.40	\$ 190.00	\$ 5,160.40	
Contador ( Externo)	1	\$ 180.00	\$ 2,160.00			\$ 2,160.00	
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>\$ 1,110.00</b>	<b>\$ 13,320.00</b>	<b>\$ 1,004.40</b>	<b>\$ 465.00</b>	<b>\$ 14,789.40</b>	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 26. Costos indirectos

Costos indirectos					
Materiales Indirectos					
Materiales de Limpieza	Costo unitario	Cantidad	Costo Mensual	Costo anual	Costo trimestral
Escoba	\$ 2.13	1	\$ 0.18	\$ 2.13	\$ 0.04
Recogedor	\$ 1.22	1	\$ 0.10	\$ 1.22	\$ 0.03
Desinfectante Natural	\$ 2.50	2	\$ 0.42	\$ 5.00	\$ 0.10
Balde	\$ 1.00	1	\$ 0.08	\$ 1.00	\$ 0.02
Útiles de oficina	\$ 2.50	2	\$ 0.42	\$ 5.00	\$ 0.10
<b>Total</b>	\$ 9.35	7	\$ 1.20	\$ 14.35	\$ 0.30
Servicios					
Descripción			Mensual	Anual	Costo trimestral
Pago de alquiler de Oficina (Casa)			\$ 280.00	\$ 3,360.00	\$ 840.00
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)			\$ 90.00	\$ 1,080.00	\$ 270.00
<b>Total</b>			\$ 370.00	\$ 4,440.00	\$ 1,110.00
<b>Total de Costos Indirectos</b>				\$ 4,454.35	\$ 1,110.30

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 27. Costos de Exportación

Gastos de Exportación				
Descripción	Costos Unitario	Costos Mensual	Costos Anual	Costos Trimestral
Certificaciones en País de Destino	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ -	\$ 62.50
Transporte desde el almacén al depósito temporal	\$ 70.00	\$ 70.00	\$ 840.00	\$ 17.50
Handling	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 600.00	\$ 12.50
Soles fee	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 300.00	\$ 6.25
Palletizado (incluye Sterch Film, palleta y enzunchado)	\$ 70.00	\$ 70.00	\$ 840.00	\$ 17.50
Movilidad por aforo	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 600.00	\$ 12.50
Gastos operativos	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 240.00	\$ 5.00
Transmisión	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 240.00	\$ 5.00
Comisión de aduanas	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 1,200.00	\$ 25.00
Gastos de puerto	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 2,160.00	\$ 45.00
Flete	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 1,200.00	\$ 25.00
Consolidación de la carga	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 600.00	\$ 12.50
Gastos operativos imprevistos	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 360.00	\$ 7.50
Safe	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 180.00	\$ 3.75
<b>TOTAL</b>	\$ 1,030.00	\$ 1,030.00	\$ 9,360.00	\$ 257.50
<b>Gastos De Exportación</b>		\$ 1,030.00	\$ 9,360.00	\$ 257.50

Fuente: Elaboración Propia

Totalización de costos fijos y variables, siendo un costos Total de USD\$ 62,140.15

Tabla 28. Determinación del costo Total y costo Unitario

<b>Determinación del Costo Total y Costo Unitario</b>	
<b>Costos Fijos</b>	
Gastos fijos	\$ 4,454.35
Gastos administrativos	\$ 14,789.40
Gastos financieros	\$ 9,450.28
Gasto de ventas	\$ 280.00
<b>TOTAL COSTO FIJO</b>	<b>\$ 28,974.03</b>
<b>Costos Variables</b>	
Insumos directos de operación	\$ 14,337.72
Costo de Exportación	\$ 11,310.00
Costo de producto tercerizado	\$ 7,518.40
<b>TOTAL COSTO VARIABLE</b>	<b>\$ 33,166.12</b>

Fuente: Elaboración Propia

De tal manera que consideraremos un margen de ganancia del 10% siendo US\$ 0.21, en soles sería S/ 0.70 y nuestro precio FOB sería de USD\$2.36 por cada botella de cerveza artesanal, esto supone un precio de \$ 1,640.00 pesos chilenos para nuestro distribuidor en la ciudad destino y considerando los precios de las cervezas artesanales importadas en Santiago de Chile entre \$2,000 y \$3,500 pesos chilenos todavía tendrían oportunidad de manejar un margen de ganancia de acuerdo a sus costos y la ganancia que desean.

Tabla 29. Precio venta FOB

CVU	1.40
CFU	0.75
<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>2.15</b>
<b>MARGEN DE GANANCIA 10%</b>	<b>0.21</b>
<b>VALOR DE VENTA</b>	<b>2.36</b>
<b>PRECIO DE VENTA FOB</b>	<b>2.36</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 5.1.2 Cotización Internacional

Presentamos el ejemplo de la cotización que se estaría manejando para nuestros clientes en Chile, en esta oportunidad se está considerando los datos de nuestro socio Distribuidora el Cielo.

## PROFORMA INVOICE

Proforma-Invoice 01  
San Diego 1430  
Santiago, Región Metropolitana, Chile  
Tel: (02) 2556 9504  
Fax: (02) 9889 1545  
[Email: ventas@elcielo.cl](mailto:ventas@elcielo.cl)

**Date Issued: 01 JUN 2017**

Validity: 16 JUN 2017

**Payment Terms:**

Letter of credit

**Price Terms:**

FOB Incoterms®2010

**Delivery Terms:**

See comments below for each item

**Currency for this quotation: US  
DOLLARS**

**NOTES:**

(3) Delivery time based upon availability today, it can change without previous notice.

(4) Firmed delivery date can be given only with a confirmed purchase order.

ITEM	DESCRIPTION	QUANTITY	UNIT PRICE (US\$)	AMOUNT TOTAL (US\$)
1	Craft Beer in bottles of 325 ML  in box 24 items	2176	\$2.36	\$5,135.36

WEB: <a href="http://www.lafabrica.com.pe">www.lafabrica.com.pe</a>	Lima - Peru
EMAL: <a href="mailto:peruvianfactory@gmail.com">peruvianfactory@gmail.com</a>	Av Brasil 2988 dpto 901.
Phone: (51) 2539876	Magdalena

Figura 26. Proforma Invoice

Fuente: Elaboración propia

## **5.2 Contrato de compra venta internacional (exportaciones) y sus documentos**

La Fábrica artesanal SAC negociara con el cliente la modalidad de cobranza documentaria a la vista (trabajaremos con el Banco SCOTIABANK el cual tiene una tasa de 0.20% del valor FOB (considerando un monto min. De USD\$ 70.00) + \$30.00 por abono del exterior

En nuestro contrato de compra y venta internacional se pactará todos los derechos y obligaciones de ambas partes, además de las especificaciones de relacionadas a la adquisición del producto.

Este contrato está regido por la convención de las Naciones Unidas sobre contrato de compra– venta internacional de mercadería que fue aprobada y suscrita en Viena el 11 de abril de 1980.

### **CONTRATO DE COMPRA – VENTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS**

Mediante el presente documento, el Contrato de Compra Venta que celebran de una parte La Fábrica Artesanal S.A.C., empresa constituida bajo las leyes del Perú, inscrita en la ficha 00012 en el Registro de Empresas, señalando domicilio para efectos del presente contrato en Jr. Restauración 287 distrito de Breña, debidamente representada por el Señor Renzo Jair Tapia Díaz, identificado con DNI 71467469 (a quien en adelante se le denominara “El Vendedor”), y de la otra parte, Distribuidora el Cielo, señalando domicilio para efectos del presente contrato en San Diego 1430, Santiago, Región Metropolitana, Chile debidamente representada por el señor xxxxxx, (a quien en adelante se le denominara “El comprador”), en los términos y condiciones siguientes:

#### **ANTECEDENTES**

1.1 La Fábrica Artesanal S.A.C. es una sociedad constituid por escritura pública de fecha xx de febrero de 2017 extendida ante el notario Público de Lima Dr. Alex Tapia Morales, cuyo objeto social es de legalizar.

1.2 Distribuidora el Cielo es una sociedad constituida por escritura pública de fecha xx de enero de 20xx, otorgada por el Notario Público, cuyo objeto social es de legalizar.

#### **PRIMERA: “OBJETO DEL CONTRATO”**

Considerando las actividades que cada una de las empresas realiza, estas dejan constancia por el presente contrato, que consisten en celebrar un Contrato de Compra Venta, mediante el cual, “El comprador” se compromete a pagar la mercancía enviada una vez confirmada la entrega de documentos de exportación.

“El Vendedor” se compromete a enviar hojuelas de quinua tipo flakes con fruta deshidratada de fresa en el lugar determinado por ambas partes en el plazo indicado por “El Comprador”.

### **SEGUNDA: “OBLIGACIONES DEL VENDEDOR”**

Son obligaciones de “El Vendedor”

1. “El Vendedor” se compromete a transportar y entregar la mercancía en el lugar y plazo determinado, previo acuerdo y en las condiciones requeridas por “El Comprador”.
2. “El Vendedor” debe dar a “El Comprador” aviso suficiente de que la mercancía ha sido entregada.
3. “El Vendedor” debe pagar los gastos de aquellas operaciones de verificación, comprobar la calidad de la mercancía, medida, peso y recuento.
4. “El Comprador” debe pagar los gastos previstos el embarque de la mercancía, excepto cuando la inspección es 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 presentar su ayuda al respecto.

### **CUARTA: “TRANSPASO DE RIESGO Y DE LA PROPIEDAD”**

Bajo este contrato se estipula la negociación a través del Incoterms®2010 FOB (Free on Board), donde “El Vendedor” realiza la entrega cuando la mercancía sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido. En este caso, “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 punto 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 punto 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.

### **QUINTA: “PRECIO Y MODALIDAD DE PAGO”**

Como resultado de la valorización de la mercancía, el precio pactado por las partes es de US\$ xxx.xx el cual será cancelado por “El Comprador” a la vista vía cobranza documentaria una vez recibida los documentos de exportación. Para ello, “El Vendedor”, deberá confirmar a “El Comprador” la llegada de la mercancía en el buque y punto de carga acordado por ambas partes.

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

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

### **VENDEDOR”**

“El Comprador” no utilizara las marcas comerciales, los nombres registrados no violara el secreto profesional de “El Vendedor” con fines de lucro sin autorización previa de “El Vendedor”, así mismo “El Vendedor” utilizara la marca indicada por “El Comprador” el cual deberá tener los derechos y autorizaciones necesarias para su reproducción, “El Vendedor” no asume responsabilidad en caso “El Comprador” no cuente con ella.

### **SÉPTIMA: CONDICIÓN RESOLUTARIA**

El presente contrato quedara resuelto sin responsabilidad algún 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 existirá acuerdo sobre la designación de este tercer arbitro 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.

Cualquier divergencia derivada o relacionada con el presente contrato se resolverá definitivamente con el Reglamento de Conciliación y Arbitraje de Cámara de Comercio Internacional por uno o más árbitros nombrados conformado 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 30 días del mes de Agosto de 2017

### **5.3 Elección y aplicación del Incoterm**

Las cotizaciones se realizarán bajo el incoterm FOB, ya que podremos considerar los costos del transporte a nivel nacional y con dirección al puerto del Callao, de igual manera se limita la responsabilidad por el bien hasta colocarse la mercadería en el buque.

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

Existen varios tipos de medio de pago en el comercio internacional, una de ellas es la carta de crédito que para nuestro presente plan de exportación no lo utilizaremos porque los costos son elevados y nos limita porque, es difícil acceder a compradores habituales a operar con este tipo de medio de pago, otro medio de pago es el adelanto del 50% que tampoco no será tomada por nuestra empresa debido a que el exportador asume un gran riesgo en relación al pago, y el importador no se siente seguro en primeras importaciones por lo que utilizaremos la cobranza documentaria.

La empresa utilizará la cobranza documentaria a la vista, de tal manera que una vez concretada la entrega de documentos al banco confirmador se pagará a la vista. Para poder acceder necesitamos completar el siguiente formato de nuestro banco:

La comisión por el medio de pago que utilizaremos es de 0.20% del valor FOB (considerando un monto min. De USD\$ 70.00) + \$30.00 por abono del exterior, en el presente plan utilizaremos los servicios del Banco Scotiabank.

Partes Intervinientes:

Girador (Exportador): Es quien formaliza el embarque y presenta los documentos ante el Banco Remitente, para que este gestione su cobro.

Banco Remitente: Banco de la plaza del exportador quien en base a instrucciones del Girador/Exportador actúa como mandatario por cuenta y riesgo de este en todos las gestiones y tramitaciones de la cobranza.

Banco Corresponsal o Cobrador: Banco de la plaza del importador, quien actúa como mandatario, comisionando por el banco remitente de efectuar por su cuenta y orden las gestiones y tramitaciones de la cobranza ante el girado

Girado (Importador): es aquel a quien debe presentarse el efecto a cobrar y quien debe hacer frente al pago de la misma.

Modalidad de Crédito Documentario a Utilizar:

Cobranza a la vista:

Debe ser pagada por el Importador al contado y de inmediato, ni bien le haya sido avisada o notificada por el banco corresponsal.

Cobranza a plazo:

Debe ser pagada una vez transcurrido un determinado lapso de tiempo o sea recién en una fecha de vencimiento futuro, acordado por las partes.

Ventajas para el exportador (beneficiario)

Seguridad al momento del cobro

Mayor agilidad en el cobro comparado con otros medios de pago Facilita acceder a financiamientos de exportación

El banco asume la responsabilidad de supervisar

Seguridad y garantía en el manejo de los documentos.

Puede ser constancia de una exportación para obtener un financiamiento.

Menor costo que una Carta de Crédito.

Permite el desarrollo de su empresa a nivel internacional.

Permite realizar la cobranza a través del sistema financiero (record).

Ventajas para el importador (destinatario)

Instrumento de financiación

Seguridad ante cambios de normativa monetaria y cambiaria en su país Conformidad de entrega de mercancía en la fecha pactada

Desventajas para el exportador (beneficiario)

Comisiones y gastos bancarios más elevados

Dificultad en la negociación con compradores externos que utilizan otros medios de pago

Desventajas para el importador (ordenante)

Comisiones y gastos bancarios más elevados Afecta el margen de crédito

## FLUJOGRAMA DE COBRANZA DOCUMENTARIA



Figura 27. Flujograma de Cobranza Documentaria

Fuente: Promperu

### 5.5 Elección del régimen de exportación

Vamos a utilizar el régimen de exportación definitiva que, de acuerdo al portal digital de la sunat, nos indica que este régimen permite la salida de la mercadería fuera del territorio aduanero para que pueda ser consumido en el exterior considerando que el cliente debe tener un domicilio verificado en el país de destino (extranjero)

### 5.6 Gestión aduanera del comercio internacional

De acuerdo al ICOTERM a utilizar, nuestra obligación termina cuando la mercadería está en el buque y, vamos a seguir para llegar hasta este punto son los siguientes:

Luego que nuestro cliente ha aceptado la cotización con sus condiciones, procede a enviar la orden de compra, la cual nos confirma el pedido e iniciamos con el despacho en el plazo estipulado

De acuerdo a Sunat, El proceso de despacho aduanero (exportación, importación u otros)

1. Transmisión de datos provisionales de la DAM utilización la clave electrónica que le ha sido asignada, la misma que reemplaza a la firma manuscrita

El SIGAD valida datos:

RUC del exportador

Sub partida nacional del producto a exportar

Descripción de la mercancía a exportar

País de destino Final

Almacén, cuando corresponda

Nombre y domicilio del consignatario Autorización

2. De ser conforme, el SIGAD genera automáticamente el NÚMERO correspondiente de la DAM

3. Despachador de Aduana imprime la DAM

4. Ingreso de mercancía a deposito temporal requisito a la selección del canal de control de la DAM

5. El almacenero, concluida la recepción total de la mercancía, llevara un registro electrónico donde se consigne la fecha y hora del ingreso total de la mercancía

6. Transmisión por vía electrónica de la información relativa a la recepción de la mercancía. PLAZO 02 horas computadas a partir del momento en el que el despachador de aduana presenta la DUA al almacenista.

7. El SIGAD valida la información transmitida

8. Se asigna el canal

9. El almacenero debe estampar el sello de admitido o ingreso en la DAM

10. Reconocimiento Físico: El reconocimiento físico se efectúa en presencia del exportador y/o despachador de aduana y/o representante del almacén es en forma aleatoria.

11. Control de Embarque: Las mercancías deben ser embarcadas dentro del plazo de treinta (30) días calendario contados a partir del día siguiente la fecha de numeración de la DAM con datos provisionales

12. Regularización de la Exportación: La regularización de la exportación se efectúa dentro del plazo máximo de 30 días calendario computados a partir del día siguiente del término del embarque

Estrategias para elegir a los operadores de comercio exterior:

Se realizó una evaluación de acuerdo a diferentes criterios a tres posibles proveedores, se les proporcionara un puntaje de acuerdo a su nivel de importancia, de esta manera podremos filtrar al operador logístico que nos ofrezca mejores condiciones de negociación

“SELECCIÓN DE PROVEEDORES –OPREADOR LOGÍSTICO”

Tabla 30. Selección de proveedores - Operador Logístico

Criterios	Nivel de Importancia %	JAS	FORW	TRANS	MARE	G&L	Puntaje
		Puntaje	Puntaje	Puntaje	Puntaje	Puntaje	Puntaje
A Experiencia en el rubro	0.20	3	0.6	2	0.4	1	0.2
B Costos Logísticos	0.30	3	0.9	2	0.6	1	0.3
C Eficiencia del servicio	0.20	3	0.6	1	0.2	2	0.4
D Impacto en el cliente final	0.20	2	0.4	3	0.6	1	0.2
E Condición de pago	0.10	3	0.3	1	0.1	2	0.2
<b>Total</b>			<b>2.8</b>		<b>1.9</b>		<b>1.3</b>

NIVEL DE EVALUACIÓN	
<b>ALTO</b>	3
<b>MEDIO</b>	2
<b>BAJO</b>	1

Fuente: Elaboración Propia

## 5.7 Gestión de las operaciones de exportación. Flujograma

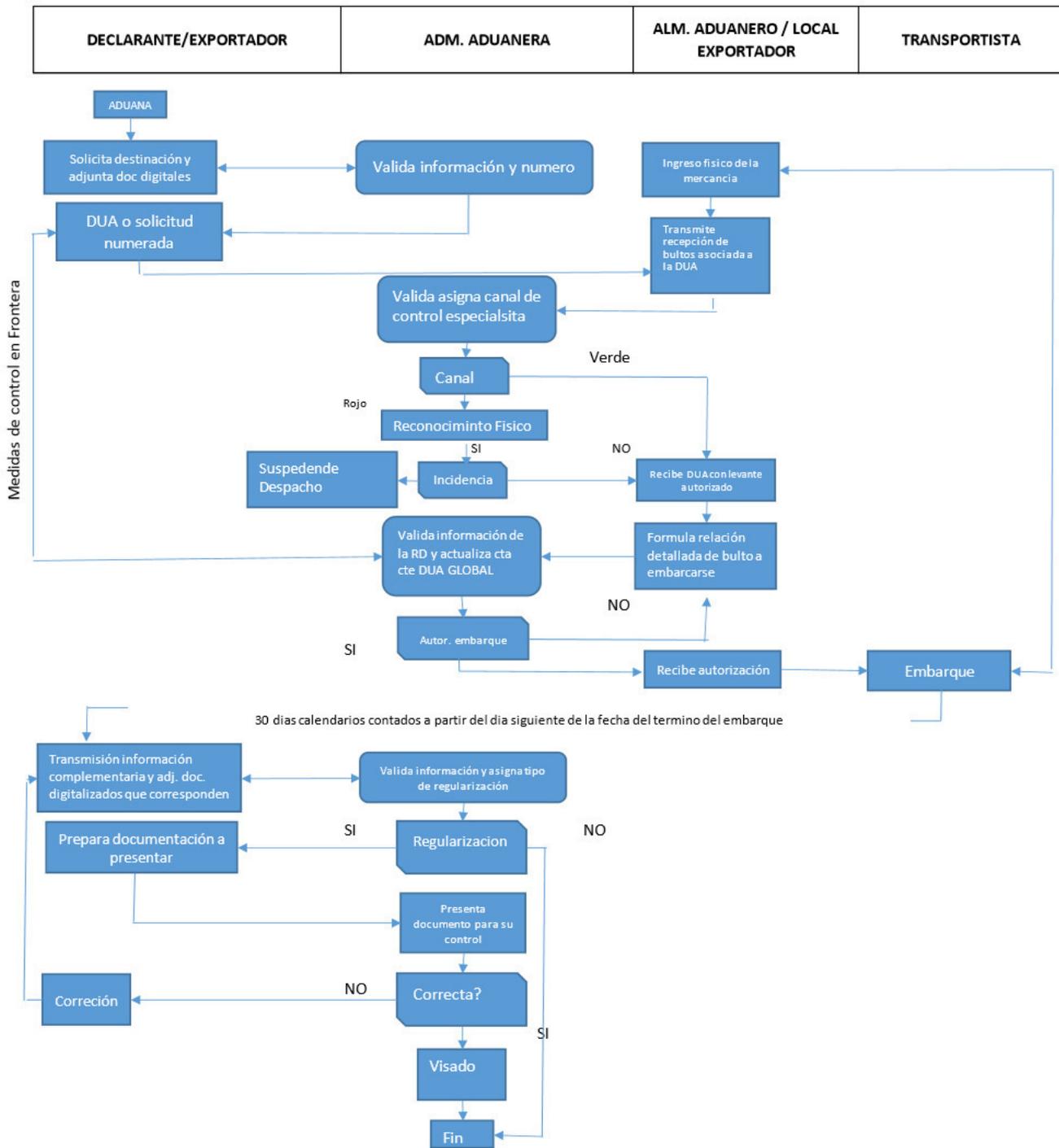


Figura 228. Flujograma

Fuente: Elaboración propia

## 6 PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

### 6.1 Inversión Fija

#### 6.1.1 Activos Tangibles

Los Activos Tangibles son todos los bienes físicos de la empresa que, en esta oportunidad se adquirirán los siguientes bienes:

Tabla 31. Activos Tangibles

Inversión Fija Tangible					
Inversión en Equipos					
Detalle	Unidad	Cantidad	Precio	Unitario	Total
<b>Inversión en Equipos</b>					
Computadora	Unidad	2	\$	280.00	\$ 560.00
Impresora multifuncional	Unidad	1	\$	100.00	\$ 100.00
<b>Total</b>					<b>\$ 660.00</b>
<b>Mobiliario</b>					
Escritorio de melamine	Unidad	2	\$	50.00	\$ 100.00
Sillas giratorias	Unidad	2	\$	27.00	\$ 54.00
Muebles de espera	Unidad	1	\$	110.00	\$ 110.00
Mesa	Unidad	1	\$	90.00	\$ 90.00
Estante de madera	Unidad	1	\$	60.00	\$ 60.00
<b>Total</b>					<b>\$ 414.00</b>
<b>Útiles de Escritorio</b>					
Tachos	Unidad	3	\$	3.00	\$ 9.00
Archivadores	Unidad	5	\$	2.00	\$ 10.00
<b>Total</b>					<b>\$ 19.00</b>
<b>Inversión Fija Tangible</b>					<b>\$ 1,093.00</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 6.1.2 Activos Intangibles

Los Activos Intangibles son aquellos bienes que no son percibidos físicamente, no tienen una naturaleza material, en esta oportunidad se necesitan los siguientes intangibles:

Tabla 32. Activos Intangibles

Inversión Intangible					
Gastos Constitución de Empresa					
Detalle	Unidad	Cantidad	Precio	Unitario	Total
Búsqueda de Índices en SUNARP	Unidad	1	\$	1.22	\$ 1.22
Formato de Reserva del Nombre en SUNARP	Unidad	1	\$	5.49	\$ 5.49
Elaboración de Escritura Pública en Notaria	Unidad	1	\$	30.49	\$ 30.49
Inscripción en SUNARP (Derecho de Trámite)	Unidad	1	\$	8.84	\$ 8.84
Copia Literal de Partida Registral	Unidad	1	\$	4.88	\$ 4.88
Registro de Marca y nombre comercial en Indecopi	Unidad	1	\$	348.27	\$ 348.27
Facturas y Boletas	Unidad	1	\$	6.10	\$ 6.10
Legalización de Registros de Ventas y Compras	Unidad	1	\$	9.15	\$ 9.15
Análisis Físico-Químico y Bromatológico	Unidad	1	\$	186.35	\$ 186.35
Registro Digesa	Unidad	1	\$	118.90	\$ 118.90
<b>Total</b>					\$ 719.69
<b>Inversión Intangible</b>					<b>\$ 719.69</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 6.2 Capital de Trabajo

Los recursos que requiere la empresa para poder operar son los siguientes:

Tabla 33. Capital de trabajo

Capital de Trabajo	
Detalle	Capital de Trabajo
Insumos	\$ 3,037.66
Caja Chica	\$ 457.32
Gastos de exportación	\$ 780.00
Gastos de ventas	\$ 33.33
Gastos de administrativos	\$ 1,372.73
<b>Total capital de trabajo</b>	<b>\$ 5,681.04</b>

Fuente: Elaboración propia

El monto total del capital de trabajo es de \$5,681.04, considerando los gastos de Caja chica, Gastos de exportación, Gastos de exportación, Gastos de ventas insumos y los gastos administrativos.

### 6.3 Inversión Total

La Inversión Total es la sumatoria de nuestra Inversión Tangible, Inversión Intangible y el Capital de Trabajo, este monto será financiado en un 40% por un préstamo bancario.

Tabla 34. Inversión Total

<b>Total de Inversiones</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Total de Inversión Anual</b>	<b>Total de Inversión Mensual</b>	<b>Total de Inversión Trimestral</b>
Inversión fija tangible	\$ 1,093.00	\$ 91.08	\$ 1,093.00
Inversión intangible	\$ 719.69	\$ 59.97	\$ 719.69
Capital de trabajo	\$ 5,681.04	\$ 473.42	\$ 8,360.18
<b>Total inversión</b>	<b>\$ 7,493.73</b>	<b>\$ 624.48</b>	<b>\$ 10,172.87</b>

Fuente: Elaboración propia

### 6.4 Estructura de Inversión y Financiamiento

De acuerdo al monto de Inversión, el 33.00% será financiado por el Banco y se asumirá el 67.00% por las partes que conforman la empresa, el préstamo tiene un valor de US\$ 2,500.00 a ser cancelados en un plazo de 2 años.

Tabla 35. Estructura de financiamiento

<b>Estructura del financiamiento</b>				
<b>Inversión</b>	<b>Aporte Propio</b>	<b>Préstamo</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
Inversión fija tangible	\$ 1,093.00	\$ -	\$ 1,093.00	14.59%
Inversión intangible	\$ 719.69	\$ -	\$ 719.69	9.60%
Capital de trabajo	\$ 3,181.04	\$ 2,500.00	\$ 5,681.04	75.81%
<b>Total</b>	<b>\$ 4,993.73</b>	<b>\$ 2,500.00</b>	<b>\$ 7,493.73</b>	<b>100.00%</b>
<b>Porcentaje</b>	<b>67%</b>	<b>33%</b>	<b>100.00%</b>	

Fuente: Elaboración Propia

### 6.5 Fuentes Financieras y Condiciones de Crédito

Hemos elegido al Banco BanBif para solicitar el préstamo de USD\$ 2,5000.00 considerando una tasa de 17.66% TCEA con fecha de pago 25 de cada mes.

De acuerdo a la cuota anual de pago por USD\$ 1,590.08 podemos indicar que nuestra cuota mensual será de USD\$ 132.50.53 en un lapso de 2 años.

Tabla 36. Cuota de Amortización y Cronograma de pagos

Cuota de Amortización y Cronograma de Pagos				
Inversión total	100%	\$	7,493.73	
Capital propio	67%	\$	4,993.73	
Financiamiento	33%	\$	2,500.00	
n(años)	2			
			<b>Cuota Anual</b>	<b>\$ 1,590.08</b>
<b>Tipo</b>	<b>i anual</b>	<b>Tasas de interés</b>		
Capital propio	12.00%	TIEA		
Financiamiento	17.66%	TCEA		
<b>BANBIF</b>				
Cronograma de Pagos				
AÑO	CUOTA	AMORTIZACIÓN	INTERES	SALDO
0				\$ 2,500.00
1	\$ 1,590.08	\$ 1,148.58	\$ 441.50	\$ 1,351.42
2	\$ 1,590.08	\$ 1,351.42	\$ 238.66	\$ -

Fuente: Elaboración Propia

## 6.6 Presupuesto de Costos

El Presupuesto de Costos se realiza basándose en la cantidad de botellas de cerveza que se producirán con motivo de exportación y se utiliza la tasa de inflación promedio como índice para el aumento anual proyectado a los 5 futuros años, es decir entre los años 2017 y 2021.

Tasa de inflación promedio: 3.07%

Tabla 37. Presupuesto de Costo de Venta

Presupuesto de Costo de Venta					
Descripción	2017	2018	2019	2020	2021
Costo de materia prima del Malta Pilsen (kg)	3240	4,032	5,002	6,133	7,507
Costo de materia prima Lúpulo Cascade (kg)	567	706	875	1,073	1,314
Costo de materia prima de la Levadura	324	403	500	613	751
Caja de cartón corrugado	2350	2,924	3,628	4,448	5,445
Chapas	2350	2,924	3,628	4,448	5,445
Etiquetas	305	379	471	577	707
Botellas	3133	3,899	4,837	5,931	7,260
Costo de producto tercerizado (unidad)	9,600	11,945	14,820	18,171	22,243
Transporte del local del proveedor hasta el almacén (x peso)	5,222	6,498	8,062	9,885	12,100
<b>Costo de Ventas</b>	<b>27,092</b>	<b>33,710</b>	<b>41,824</b>	<b>51,280</b>	<b>62,773</b>

Fuente: Elaboración propia

De igual forma presentamos los costos unitarios directos proyectándolos en costos mensuales y anuales.

Tabla 38. Costos Directos

Costos directos				
Insumos de Operación Directos				
Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Costo de materia prima del Malta Pilsen (kg)	\$ 1.20	225	\$ 270.00	\$ 3,240.00
Costo de materia prima Lúpulo Cascade (kg)	\$ 35.00	1.35	\$ 47.25	\$ 567.00
Costo de materia prima de la Levadura (unidad)	\$ 3.00	9	\$ 27.00	\$ 324.00
Caja de cartón corrugado	\$ 0.09	2176	\$ 195.84	\$ 2,350.08
Chapas	\$ 0.09	2176	\$ 195.84	\$ 2,350.08
Etiquetas	\$ 0.07	363	\$ 25.41	\$ 304.92
Botellas	\$ 0.12	2176	\$ 261.12	\$ 3,133.44
<b>Total</b>	<b>\$ 39.57</b>	<b>7126.35</b>	<b>\$ 1,022.46</b>	<b>\$ 12,269.52</b>
Costo de Producto Tercerizado				
Producto	Costo unitario	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Costo de producto tercerizado (unidad)	\$ 0.37	2,176.00	\$ 800.00	\$ 9,600.00
Transporte del local del proveedor hasta el almacén (x peso)	\$ 0.20	2,176.00	\$ 435.20	\$ 5,222.40
<b>Total</b>	<b>\$ 0.57</b>	<b>2176</b>	<b>\$ 1,235.20</b>	<b>\$ 14,822.40</b>
<b>Total de Costos Directos</b>				<b>\$ 27,091.92</b>

Fuente: Elaboración Propia

Adicionalmente se consideran los costos indirectos para la elaboración de nuestro producto estableciendo costos mensuales y anuales.

Tabla 39. Costos Indirectos

Costos indirectos				
Materiales Indirectos				
Materiales de Limpieza	Costo unitario	Cantidad	Costo Mensual	Costo anual
Escoba	\$ 2.13	1	\$ 0.18	\$ 2.13
Recogedor	\$ 1.22	1	\$ 0.10	\$ 1.22
Desinfectante Natural	\$ 2.50	2	\$ 0.42	\$ 5.00
Balde	\$ 1.00	1	\$ 0.08	\$ 1.00
Útiles de oficina	\$ 2.50	2	\$ 0.42	\$ 5.00
<b>Total</b>	<b>\$ 9.35</b>	<b>7</b>	<b>\$ 1.20</b>	<b>\$ 14.35</b>
Servicios				
Descripción			Mensual	Anual
Pago de alquiler de Oficina (Casa)			\$ 280.00	\$ 3,360.00
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)			\$ 90.00	\$ 1,080.00
<b>Total</b>			<b>\$ 370.00</b>	<b>\$ 4,440.00</b>
<b>Total de Costos Indirectos</b>				<b>\$ 4,454.35</b>

Fuente: Elaboración Propia

## Gastos de la distribución física Internacional de nuestro Producto.

Tabla 40. Gastos de Exportación

Gastos de Exportación				
Descripción	Costos Unitario	Costos Mensual	Costos Anual	Costos Trimestral
Certificaciones en País de Destino	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ -	\$ 62.50
Transporte desde el almacén al depósito temporal	\$ 70.00	\$ 70.00	\$ 840.00	\$ 17.50
Handling	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 600.00	\$ 12.50
Soles fee	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 300.00	\$ 6.25
Palletizado (incluye Sterch Film, palleta y enzunchado)	\$ 70.00	\$ 70.00	\$ 840.00	\$ 17.50
Movilidad por aforo	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 600.00	\$ 12.50
Gastos operativos	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 240.00	\$ 5.00
Transmisión	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 240.00	\$ 5.00
Comisión de aduanas	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 1,200.00	\$ 25.00
Gastos de puerto	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 2,160.00	\$ 45.00
Flete	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 1,200.00	\$ 25.00
Consolidación de la carga	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 600.00	\$ 12.50
Gastos operativos imprevistos	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 360.00	\$ 7.50
Safe	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 180.00	\$ 3.75
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1,030.00</b>	<b>\$ 1,030.00</b>	<b>\$ 9,360.00</b>	<b>\$ 257.50</b>
<b>Gastos De Exportación</b>		<b>\$ 1,030.00</b>	<b>\$ 9,360.00</b>	<b>\$ 257.50</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 41. Cuadro de Depreciación de Activos Intangibles

Cuadro de Depreciación de Activos Tangibles													
Concepto / Período	Valor inicial	Vida útil (meses)	Porcentaje de Depreciación	Depreciación mensual	Depreciación anual	2017	2018	2019	2020	2021	Depreciación Acumulada	Valor de Mercado	Valor Contable
Computadora	\$ 560.00	24	25%	\$ 11.67	\$ 140.00	\$ 140.00	\$ 140.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 280.00	\$ 200.00	\$ 280.00
Impresora multifuncional	\$ 100.00	36	25%	\$ 2.08	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ -	\$ -	\$ 75.00	\$ 189.00	\$ 25.00
Escritorio de melamine	\$ 100.00	96	10%	\$ 0.83	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 50.00	\$ 300.00	\$ 50.00
Sillas giratorias	\$ 54.00	84	10%	\$ 0.45	\$ 5.40	\$ 5.40	\$ 5.40	\$ 5.40	\$ 5.40	\$ 5.40	\$ 27.00	\$ 80.00	\$ 27.00
Muebles de espera	\$ 110.00	96	10%	\$ 0.92	\$ 11.00	\$ 11.00	\$ 11.00	\$ 11.00	\$ 11.00	\$ 11.00	\$ 55.00	\$ 50.00	\$ 55.00
Estante de madera	\$ 60.00	96	10%	\$ 0.50	\$ 6.00	\$ 6.00	\$ 6.00	\$ 6.00	\$ 6.00	\$ 6.00	\$ 30.00	\$ 300.00	\$ 30.00
<b>Total</b>				<b>\$ 16.45</b>	<b>\$ 197.40</b>	<b>\$197.40</b>	<b>\$197.40</b>	<b>\$57.40</b>	<b>\$32.40</b>	<b>\$32.40</b>	<b>\$ 517.00</b>	<b>\$ 1,119.00</b>	<b>\$ 467.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 6.7 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio nos ayuda a conocer la cantidad de unidades que debemos vender y la cantidad de dinero que debemos recaudar como mínimo para cubrir nuestros costos y no tener déficit, y tampoco tener ganancias.

Tabla 42. Punto de Equilibrio

Costo Fijo Total	22,969	23,087	23,500	24,194	24,930
Costo Variable Total	36,452	33,710	41,824	51,280	62,773

Descripción	2017	2018	2019	2020	2021
Costos Fijos Unitario	0.92	0.70	0.57	0.46	0.37
Costos Variables Unitario	1.40	1.03	1.03	1.02	1.02
Costo Total Unitario	2.32	1.74	1.60	1.48	1.39
Margen de Ganancia (10%)	10%	10%	10%	10%	10%
Valor de Venta	2.55	1.91	1.76	1.62	1.53
IGV					
Precio de Venta	2.55	1.91	1.76	1.62	1.53
PUNTO DE EQUILIBRIO ( EN CANTIDAD)	19,875	26,275	32,360	40,050	48,753
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO ( EN DINERO)</b>	50,716	50,266	56,876	65,014	74,542

Tabla 43. Costos Variables

Costos Variables Indep	Cantidad	Costos Fijos	Costos Totales	Ingresos
0	0	22,968.55	22,968.55	-
6936.82	4,969	22,968.55	29,905.37	12,678.96
13873.65	9,938	22,968.55	36,842.20	25,357.92
20810.47	14,906	22,968.55	43,779.02	38,036.88
27,747.29	19,875	22,968.55	50,715.84	50,715.84
34684.11	24,844	22,968.55	57,652.66	63,394.80
41620.94	29,813	22,968.55	64,589.49	76,073.76
48557.76	34,781	22,968.55	71,526.31	88,752.72

Fuente: Elaboración Propia

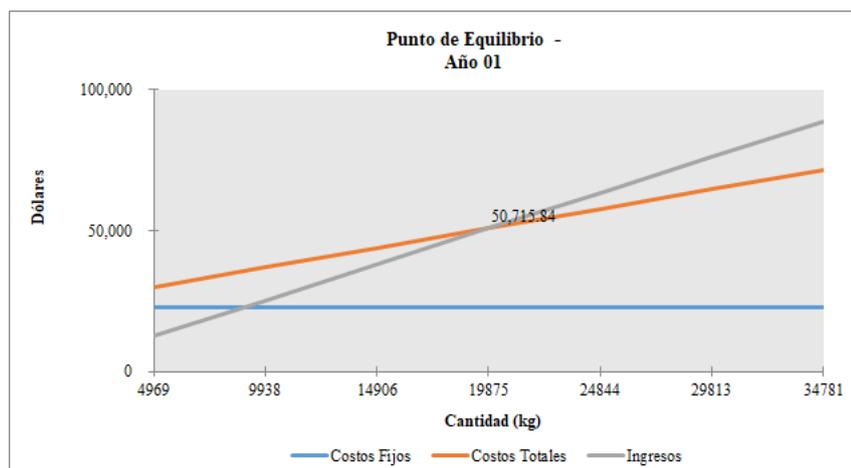


Figura 239. Punto de equilibrio

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a los cuadros presentados podemos indicar que nuestro punto de equilibrio en unidades a vender es de 19,875 y el punto de equilibrio en dinero a recibir por las ventas es de US\$50,715.84 para el año 2017 de la proyección.

## 6.8 Tributación a la exportación

Las exportaciones peruanas no están sujetas a realizar el pago de algún impuesto, siempre y cuando el régimen de exportación utilizado sea de Exportación Definitiva.

## 6.9 Presupuesto de Ingresos

Para realizar el presupuesto de Ingresos se consideró un margen de utilidad del 10% y el precio de venta en el primer año (2017) es de USD\$ 2.50 y considerando la inflación promedio de 3.07% en el año 2018 el precio sería de USD\$ 2.58

Tabla 44. Presupuesto de Ingresos

		<b>Precio (Unidad)</b>				
<b>Detalle</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	
Botellas de 325 ML	US\$ 2.55	US\$ 2.63	US\$ 2.71	US\$ 2.79	US\$ 2.88	
<b>Incremento por inflación</b>	3.07%					
		<b>Cantidad (Unidad)</b>				
<b>Detalle</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	
Botellas de 325 ML	26,110	32,590	40,551	50,311	61,686	
<b>Total Unidades</b>	<b>26,110</b>	<b>32,590</b>	<b>40,551</b>	<b>50,311</b>	<b>61,686</b>	
		<b>Ingresos por Giro de Negocio</b>				
<b>Detalle</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	
Botellas de 325 ML	\$ 66,625.96	\$ 85,712.88	\$ 109,926.81	\$ 140,571.65	\$ 177,643.55	
<b>Total ventas</b>	<b>\$ 66,625.96</b>	<b>\$ 85,712.88</b>	<b>\$ 109,926.81</b>	<b>\$ 140,571.65</b>	<b>\$ 177,643.55</b>	

Fuente: Elaboración propia

## 6.10 Presupuesto de Egresos

En el Presupuesto de Egresos podremos apreciar los montos que intervienen en la venta, administrativos, financieros y de alquiler.

En el presente cuadro estamos considerando la página web de la empresa y todo lo referente al merchandising necesario para nuestros clientes. Considerando que este servicio no cuenta incremento sujeto a alguna varia económica y el monto indicado para merchandising es el máximo aplicable.

Tabla 45. Presupuesto de egresos

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Página web	\$ 100.00
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	\$ 300.00
<b>Total</b>	<b>\$ 400.00</b>
<b>Gastos de Ventas</b>	<b>\$ 400.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

Los gastos administrativos están compuestos por los salarios de los trabajadores en la empresa, compuesta por 2 personas en planilla contratadas y un personal externo que realiza la labor de contabilidad. Tenemos programado mantener el sueldo a través de los 5 años siguientes para mantener el margen de utilidad destinada al producto.

Tabla 46. Gastos Administrativos

Gastos Administrativos								
Cargo	Nº de Empleados	Pago Mensual	Pago Anual	Vacaciones 30 días	CTS	ESSALUD 9% Anual	AFP	Total Anual
Gerente General	1	\$ 550.00	\$ 6,600.00	\$550.00	\$550.00	\$ 693.00	\$71.50	\$8,464.50
Asistente de administración y Finanzas	1	\$ 380.00	\$ 4,560.00	\$380.00	\$380.00	\$ 478.80	\$49.40	\$5,848.20
Contador ( Externo)	1	\$ 180.00	\$ 2,160.00					\$2,160.00
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>\$ 1,110.00</b>	<b>\$ 13,320.00</b>	<b>\$ 930.00</b>	<b>\$ 930.00</b>	<b>\$ 1,171.80</b>	<b>\$ 120.90</b>	<b>\$ 16,472.70</b>

Fuente: Elaboración Propia

Los gastos Financieros están compuestos por el pago de las cuotas del préstamo bancario y el pago por la carta de Cobranza Documentaria, la misma que es un método seguro que se utilizará temporalmente hasta afianzar al cliente y poder utilizar el método de pago por transferencia bancaria disminuyendo nuestros costos.

Tabla 47. Gastos Financieros

Gastos Financieros		
Descripción	Mensual	Anual
Cobranza Documentaria / Banco Scotiabank	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Pago de Préstamo	\$ 132.51	\$ 1,590.08
<b>Gasto financiero total</b>		<b>\$ 2,790.08</b>

Fuente: Elaboración propia

En el caso de los gastos de alquiler es un monto referencial, ya que la oficina se encontrará en la Av. Brasil 2988 Magdalena del Mar, vivienda de uno de los socios de la empresa. En este caso tendría un impacto real el monto por el pago de servicios.

Tabla 48. Servicios

Servicios			
Descripción	Mensual	Anual	Costo trimestral
Pago de alquiler de Oficina (Casa)	\$ 280.00	\$ 3,360.00	\$ 840.00
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	\$ 90.00	\$ 1,080.00	\$ 270.00
<b>Total</b>	<b>\$ 370.00</b>	<b>\$ 4,440.00</b>	<b>\$ 1,110.00</b>

Fuente: Elaboración propia

## 6.11 Flujo de Caja Proyectado

El Flujo de Caja Nos permite conocer el flujo de ingresos y egresos de efectivo que ha tenido la empresa en un periodo determinado, en este caso podemos conocer la estimación del flujo para los próximos 5 años.

Tabla 49. Flujo de caja proyectado

Flujo de Capital						
Periodo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Activo Fijo e Intangible	\$ -1,812.69	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión de reemplazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Valor Residual	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 467.00
Capital de Trabajo	\$ -5,681.04	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Recuperación de Capital de Trabajo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5,681.04
<b>Total</b>	<b>\$ -7,493.73</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 6,148.04</b>

Flujo de Caja Operativo						
Periodo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>						
Ingresos por Giro	0.00	\$ 66,625.96	\$ 85,712.88	\$ 109,926.81	\$ 140,571.65	\$ 177,643.55
Otros ingresos	0.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Ingresos</b>	<b>0.00</b>	<b>\$ 66,625.96</b>	<b>\$ 85,712.88</b>	<b>\$ 109,926.81</b>	<b>\$ 140,571.65</b>	<b>\$ 177,643.55</b>
<b>Egresos</b>						
Insumos	0.00	\$ -27,091.92	\$ -33,710.49	\$ -41,824.13	\$ -51,279.80	\$ -62,772.63
Costos Indirectos de Producción	0.00	\$ -9,360.00	\$ -11,010.00	\$ -11,010.00	\$ -11,010.00	\$ -11,010.00
Gastos de venta	0.00	\$ -400.00	\$ -499.26	\$ -621.23	\$ -770.76	\$ -945.01
Gastos Administrativos	0.00	\$ -20,927.05	\$ -21,149.49	\$ -21,678.48	\$ -22,223.34	\$ -22,784.67
Depreciación	0.00	\$ -197.40	\$ -197.40	\$ -57.40	\$ -32.40	\$ -32.40
<b>Total egresos</b>	<b>0.00</b>	<b>\$ -57,976.37</b>	<b>\$ -66,566.64</b>	<b>\$ -75,191.24</b>	<b>\$ -85,316.30</b>	<b>\$ -97,544.71</b>
Utilidad antes de impuestos	0.00	\$ 8,649.59	\$ 19,146.24	\$ 34,735.56	\$ 55,255.35	\$ 80,098.85
Impuesto	0.00	\$ -2,551.63	\$ -5,648.14	\$ -10,246.99	\$ -16,300.33	\$ -23,629.16
Utilidad Neta	0.00	\$ 6,097.96	\$ 13,498.10	\$ 24,488.57	\$ 38,955.02	\$ 56,469.69
Depreciación	0.00	\$ 197.40	\$ 197.40	\$ 57.40	\$ 32.40	\$ 32.40
<b>Flujo Operativo</b>	<b>0.00</b>	<b>\$ 6,295.36</b>	<b>\$ 13,695.50</b>	<b>\$ 24,545.97</b>	<b>\$ 38,987.42</b>	<b>\$ 56,502.09</b>

Fuente: Elaboración propia

## 6.12 Estado de Ganancias y Pérdidas

El estado de Ganancias y Pérdidas refleja el resumen de todos los ingresos y todos los gastos que genera la organización durante un periodo determinado de tiempo, normalmente es un año contable.

Tabla 50. Estado de Ganancias y Pérdidas

		<b>Estado de Ganancias y Pérdidas</b> <b>(Expresados en dólares americanos)</b>				
		2017	2018	2019	2020	2021
	Ingresos	66,626	85,713	109,927	140,572	177,644
	Costos de Venta	-36,452	-44,720	-52,834	-62,290	-73,783
	Depreciación y amortización	-197	-197	-57	-32	-32
	<b>Utilidad bruta</b>	<b>29,977</b>	<b>40,795</b>	<b>57,035</b>	<b>78,249</b>	<b>103,829</b>
Económico	Gastos administrativos	-20,927	-21,149	-21,678	-22,223	-22,785
	Gastos de venta	-400	-499	-621	-771	-945
	<b>Utilidad operativa</b>	<b>8,650</b>	<b>19,146</b>	<b>34,736</b>	<b>55,255</b>	<b>80,099</b>
Financiero	Gastos financieros	-1,642	-1,439	-1,200	-1,200	-1,200
	<b>Utilidad antes de int. e imp.</b>	<b>7,008</b>	<b>17,708</b>	<b>33,536</b>	<b>54,055</b>	<b>78,899</b>
	Impuestos	-2,067	-5,224	-9,893	-15,946	-23,275
	<b>Utilidad neta</b>	<b>4,941</b>	<b>12,484</b>	<b>23,643</b>	<b>38,109</b>	<b>55,624</b>

Fuente: Elaboración propia

Nuestro Estado de Ganancias y Pérdidas nos indica que desde el primer año ya se está generando utilidad para la empresa, de igual manera se puede apreciar que los gastos por el préstamo bancario se van disminuyendo año tras año.

Se aprecia cómo se va disminuyendo la depreciación a partir del 2do año dejando paso a un incremento de los ingresos en el esquema.

Adicionalmente, se debe resaltar que el impuesto antes de utilidades netas es de 29.5% porque nos encontramos en el régimen de pequeña empresa, y esto se da porque el ingreso anual supera las 15 UIT que indica el Régimen tributario.

## 6.13 Evaluación de la Inversión

### 6.13.1 Evaluación Económica

De acuerdo a la evaluación realizada, se ha obtenido un valor actual neto económico (VANE) de USD\$ 82,502.11 siendo un valor mayor a 1, el plan tiene condición. En adición se observa la Tasa Interna de Retorno Económica (TIRE) de 155.94% siendo mayor a la tasa de descuento de 11.80% indicando nuevamente que nuestro plan tiene una condición aceptable.

Tabla 51. Evaluación Económica

<b>Evaluación Económica</b>	
VAN económico (Valor actual neto)	US\$ 82,502.11
Tasa de descuento	11.80%
TIR económico (Tasa interna de retorno)	155.94%
B/C (Beneficio costo)	$\frac{\text{US\$ 398,560.66}}{\text{US\$ 307,091.60}} = 1.30$
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	= 1.33

Fuente: Elaboración Propia

### 6.13.2 Evaluación Financiera

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

Figura 3024. Fórmula costo Capital

Fuente: Elaboración propia

Tabla 52. Evaluación financiera

<b>CPPK</b>	<b>Costo Promedio Ponderado de Capital</b>	<b>12.01%</b>
D	Deuda	US\$ 2,500.00
E	Capital propio	US\$ 4,993.73
Kd	Costo de la deuda	17.66%
Tx	Imposición fiscal	29.50%
Kproy	Costo del Capital propio	11.80%

Fuente: Elaboración propia

Para realizar la Evaluación Financiera se debe obtener la tasa de descuento, que viene a ser el costo de capital promedio que soporta la empresa, y poder crear el costo Promedio Pondera de Capital (CPPK) o WACC por sus siglas en inglés:

Tabla 53. Valor actual neto financiero

<b>Evaluación Financiera</b>	
VAN financiero (Valor actual neto)	US\$ 87,650.11
Tasa de descuento	12.01%
TIR financiero (Tasa interna de retorno)	181.70%

Fuente: Elaboración Propia

La evaluación del valor actual neto financiero (VANF) nos indica que el proyecto tiene una condición aceptable porque se maneja un monto de USD\$ 87, 650.11 siendo mayor a 1. En la Tasa Interna de Retorno Financiera (TIRF) maneja un porcentaje de 181.70% y este es mayor a la tasa de descuento, que es 12.01%

### **6.13.3 Evaluación Social**

El proyecto de exportación de cerveza artesanal a cargo de la empresa La Fabrica Artesanal SAC no genera ningún tipo de impacto negativo en la sociedad a pesar de ser una bebida alcohólica, esta es un gourmet que tiene una forma de consumirlo, un maridaje que conocer y una evaluación de elementos que comprometen la elaboración del producto.

En cambio, es una empresa que brindará oportunidad laboral mientras vaya creciendo en el tiempo.

### **6.13.4 Evaluación Ambiental**

La empresa La Fabrica Artesanal SAC tiene a su socio estratégico de tercerización a una empresa que tiene protocolos claros para el uso de los insumos sin afectar el ambiente, a pesar de que la elaboración se realiza con insumos totalmente naturales sin utilizar colores ni preservantes.

## **6.14 Evaluación de costo de oportunidad del capital de trabajo.**

El Promedio Pondera de Capital (CPPK) ó WACC por las siglas en ingles nos indica una tasa mínima de rendimiento requerida por la empresa para realizar inversiones, ya que al traer a valor futuro los flujos de caja podemos identificar si el proyecto es viable. Adicionalmente, permite comparar entre alternativas que brinden rendimientos para nuestro capital

El Costo de oportunidad de inversión en fondos mutuos gira alrededor del 4% en 5 años, en el caso de los depósitos a plazos fijos se maneja una tasa de 5% a 6% en 5 años, pero en este tipo herramienta no se podría tocar el dinero mientras que dura todo el contrato.

Tabla 54. Costo de oportunidad

<b>Kproy</b>	<b>Costo de capital propio</b>	<b>11.80%</b>
Rf	Tasa libre de riesgo	3.00%
$\beta$	Beta del sector (Beverage (Alcoholic))	0.79
Rm – Rf	Prima por riesgo de mercado	7.40%
RP	Prima por riesgo país	2.95%

Fuente: Elaboración Propia

Lo que nos indica que el sector al que pertenece nuestro proyecto tiene una rentabilidad promedio de 11.80%.

### 6.15 Cuadro de Riesgo del tipo de cambio

De acuerdo al presente análisis podremos evaluar dos escenarios, cuando el dólar sube y baja.

Realizando la comparación entre ambos escenarios del VAN y TIR económico como el VAN y TIR financiero

Donde existe un escenario mejor con una tasa de cambio más alta (3.35) existe un VANE y VANF elevado y en el caso de considerar un tipo de cambio menor (3.20) se disminuye el VANE y el VANF.

Tabla 55. Cuadro de riesgo de tipo de cambio

TIPO DE CAMBIO	3.28	3.35	3.2
VAN ECO	S/. 270,606.92	S/. 286,850.12	S/. 263,656.83
VAN FINAN	S/. 287,492.36	S/. 332,723.53	S/. 313,539.84
TIR ECO	155.94%	160.78%	142.75%
TIR FINAN	181.70%	191.63%	186.00%

Fuente: Elaboración Propia

En el caso de las TIRF y la TIRE, en todos los escenarios se aprecia una modificación de acuerdo al tipo de cambio.

## 7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.1 Conclusiones

- La empresa La Fabrica Artesanal SAC proyecta vender 2184 botellas de 325 mililitros de cerveza artesanal en el primer año de funcionamiento, considerando un costo total de \$60,569.05 por el proyecto de exportación.
- La TIR Económica del proyecto de 5 años es de 155.94% y el VAN económico es de USD\$ 82,502.11.
- La principal intención de la empresa La Fabrica Artesanal SAC es exportar productos peruanos con valor agregado resaltando las cualidades y beneficios de la cerveza artesanal.
- El proyecto es rentable y con un gran potencial de crecimiento, ya que la cerveza artesanal es considerada un producto gourmet manteniendo una tendencia de manejar un precio mayor a la cerveza industrial, con un crecimiento de 20% anual en Chile que es nuestro país destino.

## 7.2 Recomendaciones

- Se recomienda realizar una investigación de mercado en Santiago de Chile para conocer el perfil del consumidor, hábitos y tendencia actual del mercado. De esta manera se tendría mayor información de este nicho dentro del mundo cervecero.

- Se recomienda expandir y fortalecer la red de distribuidores o puntos de venta directos, ya que el mercado está dispuesto a consumir la cerveza artesanal, pero debe ser capaz de llegar a donde se encuentran.

- Se recomienda utilizar más recetas de cervezas artesanales donde intervengan productos oriundos del Perú que puedan brindar un potencial diferenciador ante las demás cervezas del mercado chileno.

## 8 REFERENCIAS

1. Ley General de sociedades N° 26887 de 1997, L.G.S. (2017)
2. Sunat. (2015). Como construir una empresa en 3 días. Recuperado de <http://sunatfacil.pe/constituir-empresa-3-dias/>
3. Vásquez, M. (2015). Caracterización y Análisis Comparativo de las Normas Jurídicas de las Micro y Pequeñas Empresas del Perú 2015. Chimbote, Lima
4. Atahuman, C. (2013). La Ley N° 30056 y sus modificaciones laborales al régimen especial de las micro y pequeñas empresas, 285, p. 2, cuadro N°4
5. ProInversion, Cuadro comparativo de sociedades. Recuperado de <http://www.investinperu.pe/modulos/JER/PlantillaStandard.aspx?are=0&prf=0&jer=5732&sec=27>
6. Indecopi. Registro de marca y otros signos. Recuperado de <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos#marca>
7. Sunat. Concepto – planilla electrónica. Recuperado de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/informacion-general-planilla-electronica/3196-01-concepto-planilla-electronica>
8. Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo (2014). Modelos y Formatos Referenciales. Recuperado de <http://www2.trabajo.gob.pe/guia-de-tramites/modelos-y-formatos/>
9. Sunat. Personas comprendidas. Recuperado de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimen-mype-tributario/6825-01-personas-comprendidas>

10. Boletín Sunat (2016). Régimen MYPE tributario: un nuevo régimen para los contribuyentes. Recuperado de [http://eboletin.sunat.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=article&id=311:regimen-mype-tributario-un-nuevo-regimen-para-los-contribuyentes&catid=1:orientacion-tributaria](http://eboletin.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=311:regimen-mype-tributario-un-nuevo-regimen-para-los-contribuyentes&catid=1:orientacion-tributaria)
11. Belmonte, A. La importancia de la marca: lo que es y lo que no es sobre una marca en las pymes. Recuperado de <http://www.camaradesevilla.com/sites/webcamara/files/recursos/importancia%20de%20la%20marca.pdf>
12. Ministerio de salud. Texto único de procedimientos administrativos TUPA. Recuperado de <http://www.digesa.sld.pe/expedientes/detalles.aspx?id=28>
13. Miranda, M. Opiniones sobre los GSE. Que pasa. Recuperado de <http://www.novomerc.cl/opinion.html>
14. Instituto Nacional. Proyecciones. Recuperado de [http://www.ine.cl/canales/chile\\_estadistico/familias/demograficas\\_vitales.php](http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/familias/demograficas_vitales.php)
15. Censo de comercio. Censo de establecimientos comerciales región metropolitana. Recuperado de <http://www.censodecomercio.cl:8888/WebCenso/#top>
16. Guía de restaurantes peruanos en Chile. Perú mucho gusto. Recuperado de <http://restaurantesperuanosenchile.ocexperuenchile.cl/>
17. Exportación definitiva. Sunat. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/despa-pg.02.htm>
18. Aduanet. Tratamiento Arancelario por Subpartida Nacional. Recuperado de <http://www.aduanet.gob.pe/servlet/AIScrollini?partida=2203000000>

19. Aduanas Chile (2012). Introducción al arancel aduanero chileno. Recuperado de <https://www.aduana.cl/arancel-aduanero-vigente/aduana/2011-12-22/114144.html>
20. Asociación de productores de cerveza artesanal de Chile. Importaciones de cerveza superan los 190 millones de litros en 2016. Recuperado de <http://www.acechi.cl/home/importaciones-de-cerveza-superan-los-190-millones-de-litros-en-2016/>
21. Mellado, J. (2017). Día de san patricio: ¿Cuánta cerveza se consume anualmente en Chile?. Portal web Emol economía. Recuperado de <http://www.emol.com/noticias/Economia/2017/03/17/849904/En-el-dia-de-San-Patricio-Cuanta-cerveza-se-consume-anualmente-en-Chile.html>
22. Angulo, S. (2016). Cerveceras artesanales llegan a 300 en Chile, y prevén más crecimiento. Portal web Economía y negocios. Recuperado de <http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=219718>
23. Tapia, M. (2013). Chile se posiciona como el tercer país de la región en consumo de bebidas. Portal web Economía y negocios. Recuperado de <http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=107204>
24. Country meters (2017). Población de México. Recuperado de <http://countrymeters.info/es/Mexico>
25. Garza, R. (2016). México consume 59.9 litros per cápita de cerveza al año. Portal web El Horizonte. Recuperado de <http://www.elhorizonte.mx/seccion/mexico-consume-599-litros-per-capita-de-cerveza-al-ano/1690670>
26. Consumo de cerveza per cápita es más elevado en la capital (2016). Portal web Moopio. Recupero de <http://www.moopio.com/consumo-de-cerveza-per-capita-es-mas-elevado-en-la-capital-diario-5dias.html>

27. Ingreso mensual de las familias en México (2016). Portal web Plano informativo. Recuperado de <http://planoinformativo.com/nota/id/473230/noticia/el-ingreso-promedio-mensual-de-las-familias-en-mexico.html>
28. Rivera, C. (2016). INE: Sueldo promedio alcanzó los \$ 505 mil en 2015. Portal web La Hora. Recuperado de <http://www.lahora.cl/2016/08/chilenos-ganaron-505-mil-pesos-promedio-2015/>
29. Cartes promulga Ley y salario mínimo aumenta a G. 1,964,507 (2016). Paraguay.com. Recuperado de <http://www.paraguay.com/nacionales/ya-rige-aumento-del-salario-minimo-154911>
30. Acuerdos Comerciales. Comercio de mercancías. Recuperado de [http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/chile/docs/Cronograma\\_de\\_Desgravacin\\_para\\_exportar\\_importar.pdf](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/chile/docs/Cronograma_de_Desgravacin_para_exportar_importar.pdf)
31. Koo, W. (2017) Cerveza malta Perú exportación 2016 diciembre. Agrodata. Recuperado de <https://www.agrodataperu.com/2017/01/cerveza-malta-peru-exportacion-2016-diciembre.html>
32. Paleo, D. (2016). Expertos eligen las mejores cervezas artesanales chilenas en cuatro categorías. Portal web Economía y negocios. Recuperado de <http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=231612>
33. Ramirez, D. (2017). Sed de consolidación. Pressreader. Recuperado de <https://www.pressreader.com/chile/la-tercera-negocios/20170312/281702614517575>
34. Inflación de Perú se ubicaría en 2.9% este año y sería la segunda más baja de la región (2016). Diario Gestión. <http://gestion.pe/economia/inflacion-peru-se-ubicaria-29-este-ano-y-seria-segunda-mas-baja-region-2168164>

35. Producción de cerveza en Perú crecerá 5% (2014). RPP Noticias. Recuperado de <http://rpp.pe/economia/economia/produccion-de-cerveza-en-peru-crecera-5-en-2012-estiman-noticia-464029>