FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

EXPORTACIÓN DE MERMELADA DE LÚCUMA CON KIWICHA ENDULZADO CON MIEL DE CAÑA A NEW YORK – ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

PRESENTADA POR

GIOVANNA LIZETH BOTELLO MENÉNDEZ

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

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

LIMA – PERÚ

2017

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

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

EXPORTACIÓN DE MERMELADA DE LÚCUMA CON KIWICHA ENDULZADO CON MIEL DE CAÑA A NEW YORK – ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

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

PRESENTADO POR:

GIOVANNA LIZETH BOTELLO MENÉNDEZ

LIMA, PERÙ

2017

Dedicatoria a:

Mi madre, mi padre, mi abuela materna y mi hermana por su apoyo incondicional en el transcurso de toda mi vida; sus apreciables consejos y por instarme a seguir adelante pese a todos los obstáculos para la culminación de este plan de negocios.

Agradecimientos a:

Dios por darme fuerza de voluntad, a mis profesores por su orientación y a todos los amigos y colaboradores para la realización de este plan.

RESUMEN EJECUTIVO

La estructura general del plan es una adecuación del perfil de la Idea de Negocio en el cual se detallan los temas a tratar dicho plan.

La organización y aspectos legales abarca la razón social, actividad económica, ubicación, objetivos, principios, ley de MYPE, organigrama, cuadro de asignación de personal, forma jurídica, registro de marca, procedimientos en Indecopi, requisitos municipales, régimen tributario, planilla electrónica, régimen laboral, contratos laborales y comerciales.

El plan de marketing señala la descripción del producto, investigación del mercado objetivo, análisis de oferta y demanda, estrategias de venta, distribución y promoción.

El plan de logística internacional engloba envases, embalajes, empaques, unitarización y cubicaje de carga, cadena de distribución física internacional y seguro de mercancías.

El plan de comercio internacional indica fijación de precios, contrato de compra venta, Incoterm, medio de pago, régimen de exportación, gestión aduanera y gestión de operaciones.

El plan económico detalla la inversión fija, capital de trabajo, inversión, financiamiento, fuentes financieras, condiciones de crédito, costos, punto de equilibrio, tributación, presupuesto de ingresos y egresos, flujo de caja proyectado, estado de ganancias y pérdidas,

evaluación de la inversión, evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo y cuadro de riesgo del tipo de cambio

Para finalizar el plan se presentan las conclusiones y recomendaciones.

1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

El Plan de Negocios está expresado en el Modelo de Negocio The Business Model Canvas, a continuación se detalla cada parte de dicho modelo.

La organización y aspectos legales figuran en la columna de socios claves, debido a que abarca las modalidades de contratos laborales y comerciales con la maquila, el bróker y el agente de aduana seleccionados.

El plan de marketing se resume en la propuesta de valor, relación con clientes y segmentos de clientes porque se detalla el producto a exportar y sus beneficios, además de los medios de comunicación con los clientes a través de ferias internacionales y una atención pre y post venta adecuada; y por último, se espera que la mermelada de lúcuma con kiwicha endulzado con miel de caña llegue a los restaurantes, supermercados y mercados.

El plan de logística internacional está reflejado en los canales como plataformas virtuales, pagina web y un representante de ventas quien será nuestro jefe comercial.

El plan de comercio internacional incluye las actividades claves como la elección de la maquila, el proceso de exportación y gestionar la propiedad intelectual. Los recursos claves se determinan mediante el personal, infraestructura, capital y tecnología.

El plan económico financiero abarca la estructura de costos que refleja los gastos y costos incurridos por la empresa y la fuente de ingresos que genera la empresa.

Tabla 1: Modelo de Negocio: The Business Model Canvas

<table>
<tr>
<td rowspan="2">SOCIOS CLAVE:
• Maquila(Tecnología y Procesos Alimentarios S.A)
• Broker (Superior Foods)
• Agente de Aduanas (Adualink S.A .C)</td>
<td>ACTIVIDADES CLAVE:
• Elección de maquila
• Proceso de exportación
• Gestionar la propiedad intelectual</td>
<td rowspan="2">PROPUESTA DE VALOR:
• Alimentos naturales y saludables en un solo concepto (Mermelada de lúcuma con kiwicha)
• Envases prácticos
• Precio accesible</td>
<td>RELACION CON CLIENTES:
• Atención al cliente
• Ferias internacionales (Summer fancy food)</td>
<td rowspan="2">SEGMENTOS DE CLIENTES:
• Restaurantes (Balthazar, Clinton ST. Baking Company)
• Mercados (Union Square Greenmarket, 97th Street Greenmarket)
• Supermercados (Wal-Mart, Costco, Loblaws)</td>
</tr>
<tr>
<td>RECURSOS CLAVE:
Personal:
• Empleados y distribuidores
Infraestructura:
• Local
Capital:
• Préstamo bancario y ahorro personal
Tecnología:
• Plataformas virtuales y pagina web</td>
<td>CANALES:
• Representante de ventas
• Plataformas virtuales(Connect Americas)</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="3">ESTRUCTURA DE COSTES:
• Pago a maquila
• Gastos en ferias
• Pago de plataformas virtuales</td>
<td colspan="2">FUENTE DE INGRESOS:
• Venta del producto de manera mensual
• Publicidad en la página web</td>
</tr>
</table>

• Pago del personal • Pago de alquiler • Pago del préstamo	

Fuente: Elaboración Propia

2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES ORGANIZACIÓN

2.1. Nombre o razón social

Razón Social: PERUVIAN COMPANY OF NATURAL JAM S.A.C

La razón social se encuentra en inglés debido a que su tiene que estar en el idioma del país de origen el cual es Nueva York- Estados Unidos y porque es la lengua más utilizada en el comercio exterior.

El nombre fue seleccionado porque es una empresa peruana que se dedicará a la comercialización de mermelada de lúcuma con kiwicha endulzado con miel de caña; el cual es un complemento natural y saludable para los desayunos familiares, loncheras y restaurantes.

2.2. Actividad Económica o codificación internacional (CIIU)

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) de todas las actividades económicas fue elaborada por la Organización de Naciones Unidas el cual se encuentra en la Revisión 4.

Permite ofrecer la codificación armonizada de las actividades económicas a nivel mundial, esto conlleva a ampliar el conocimiento de los niveles de desarrollo y de las políticas económicas e industriales.

Según la figura 1, la descripción de la actividad económica corresponde al 4630 el cual es la comercialización al por mayor de productos agrícolas y el código CIIU es 5122 la venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco.

Figura 1: Clasificación

Fuente: INEI

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

Con la finalidad de iniciar las actividades del plan de negocios, es indispensable determinar la ubicación geográfica; por ello, se realizara una ponderación para posibles distritos donde 1 es no recomendable y 4 es el más recomendable.

Tabla 2: Cuadro de ponderación para la ubicación geográfica

Factores	Nivel de Importancia	Los Olivos		San Miguel		Callao		San Martin de Porres	
		Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Cercania a puerto y aeropuerto	25%	3	0.75	2	0.50	4	1.00	4	1.00
Fuentes de abastecimiento de proveedores	20%	3	0.60	2	0.40	2	0.40	4	0.80
Cercania a los socios	15%	3	0.45	2	0.30	2	0.30	4	0.60
Seguridad en la zona	15%	3	0.45	3	0.45	2	0.30	2	0.30
Costo de alquiler	15%	2	0.30	1	0.15	2	0.30	3	0.45
Facilidad de acceso	10%	3	0.30	3	0.30	2	0.20	2	0.20
Total	100%		2.85		2.10		2.50		3.35

Fuente: Elaboración Propia

Según los resultados, el mejor distrito es San Martin de Porres y la ubicación será Asociación Villa Margarita MZ. B Lote 7 – SMP. El área es de 160 m2 para que cumpla las funciones de oficina y almacén de productos terminados y envasados.

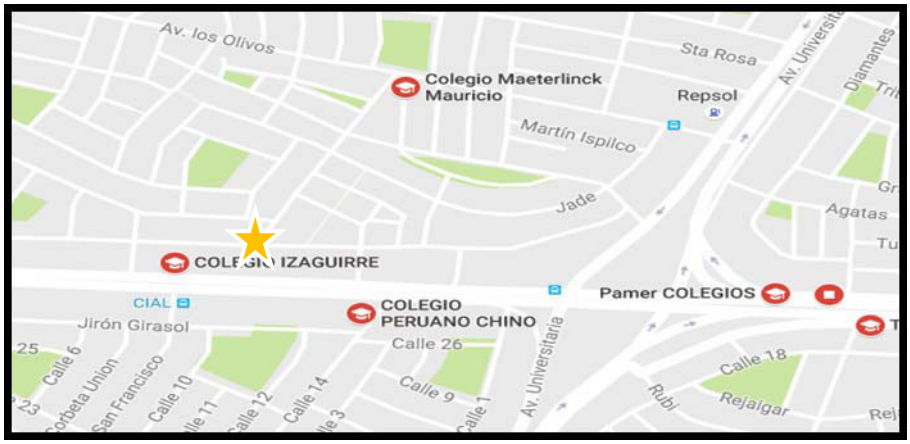


Figura 2: Ubicación del local

Fuente: Google Maps

Factibilidad municipal: Se solicitará el permiso a la municipalidad de San Martin de Porres para poder tramitar la licencia de funcionamiento con un costo de S/. 121.70 soles en un plazo de 15 días.

Factibilidad Sectorial: La maquila que trabaja con nosotros cuenta con el Certificado Sanitario Oficial de Exportación de Alimentos de Consumo Humano.

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

2.4.1 Misión: Es la razón de ser de la empresa, su esencia.

Brindar a nuestros clientes un producto diferenciado por la calidad, delicioso sabor y precios al alcance de todos elaborados con insumos peruanos y naturales.

Esto se llevará a cabo mediante el apoyo de nuestra maquila y trabajadores con la finalidad de crear un producto sostenible y generar un impacto positivo en la salud de nuestros consumidores.

2.4.2 Visión: Es lo que desea alcanzar la organización.

Generar mayor diversidad de alimentos saludables y frescos para los clientes; además de aperturar nuevos mercados.

2.4.3 Valores: Son creencias fundamentales que permiten orientar el comportamiento de la organización.

Los valores adoptados por nuestra empresa son:

- ✓ Puntualidad
- ✓ Equidad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Honestidad
- ✓ Perseverancia

- ✓ Creatividad
- ✓ Proactividad
- ✓ Solidaridad
- ✓ Respeto

2.4.4 Principios: Son normas que orientan y regulan la empresa.

Los principios que rigen la organización son:

- ✓ Cultura de calidad
- ✓ Cultura de resultados
- ✓ Bienestar y desarrollo del recurso humano
- ✓ Cuidado del medio ambiente
- ✓ Compromiso en el servicio

2.4.5 Objetivos: Es el resultado o suma de una serie de procesos y metas planteadas por la empresa.

2.4.5.1 Objetivo General:

Lograr posicionamiento del mercado destino (Nueva York- Estados Unidos) con un producto innovador y precio competitivo para lograr la preferencia del cliente y ello se vea reflejado en la rentabilidad.

2.4.5.2 Objetivos específicos:

- ✓ Investigar fortalezas y debilidades de los competidores
- ✓ Averiguar las preferencias en cuanto a los gustos del cliente
- ✓ Indagar los factores que influyen al momento de la compra

- ✓ Cumplir el just in time con nuestros clientes
- ✓ Aumentar la gama de productos

2.4.6 FODA:

Tabla 3: Cuadro de FODA de la empresa

	ANÁLISIS	*ANÁLISIS*
NEGATIVOS	**DEBILIDADES:** ✓ Empresa nueva en el mercado ✓ Escaso acceso a créditos ✓ Salarios bajos ✓ Falta de capacitación	**AMENAZAS:** ✓ Carreteras bloqueadas por cambios climáticos ✓ Escasez de insumos ✓ Aumento de precios en los insumos ✓ Competencia consolidada en el mercado
POSITIVOS	**FORTALEZAS:** ✓ Proactividad en la gestión ✓ Buena calidad del producto ✓ Producto natural ✓ Conocimiento del mercado	**OPORTUNIDADES:** ✓ Tratado de TLC Perú- EE.UU ✓ Tendencias favorables en el mercado ✓ Fuerte poder adquisitivo del cliente ✓ Consumidor prefiere productos naturales y saludables

Fuente: Elaboración Propia

2.5 Ley de MYPES, Micro y Pequeña Empresa, características

En la actualidad, la Mype está normada por la por la Ley 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, el Decreto Legislativo No. 1086, articulo 118 de la CPP inciso 8, aprobada por Decreto Supremo No. 007-2008-TR y la Ley No. 30056, ley de impulso al desarrollo productivo y crecimiento empresarial que es la modificatoria a la Ley 28015.

Peruvian Company of Natural Jam S.A.C se encuentra en la etapa inicial y se estima que las ventas anuales no sobrepasen los 150 UIT; cabe indicar que la UIT para el año 2017 es de S/. 4 050 soles. Por ello se registrara en el REMYPE (Registro Nacional del micro y pequeña empresa).

Debido a la última modificación de la ley Mype, el tamaño solo es definido por la cantidad de ventas anuales.

Tabla 4: Cuadro de tipos de PYMES

TIPOS	NIVEL DE VENTAS
MICROEMPRESA	Máximo 150 UIT
PEQUEÑA EMPRESA	A partir de 150 UIT hasta 1700 UIT
MEDIANA EMPRESA	Superior de 1700 UIT y máximo hasta 2300 UIT

Fuente: SUNAT
Elaboración Propia

Como se observa en el tabla, la empresa pertenecerá al grupo de las microempresas, puesto que lo máximo en ventas anuales puede ser 1500 UIT.

Se proyecta que con el paso del tiempo las ventas fluctúen entre 1500 UIT hasta 1700 UIT y convertirnos en una pequeña empresa.

2.6 Estructura Orgánica:

La empresa escogerá el organigrama vertical, donde las unidades ramificadas se ordenan de arriba abajo, lo cual desagrega los niveles jerárquicos en forma escalonada diferenciando las funciones de cada área.

A continuación, se detalla el organigrama de la empresa.

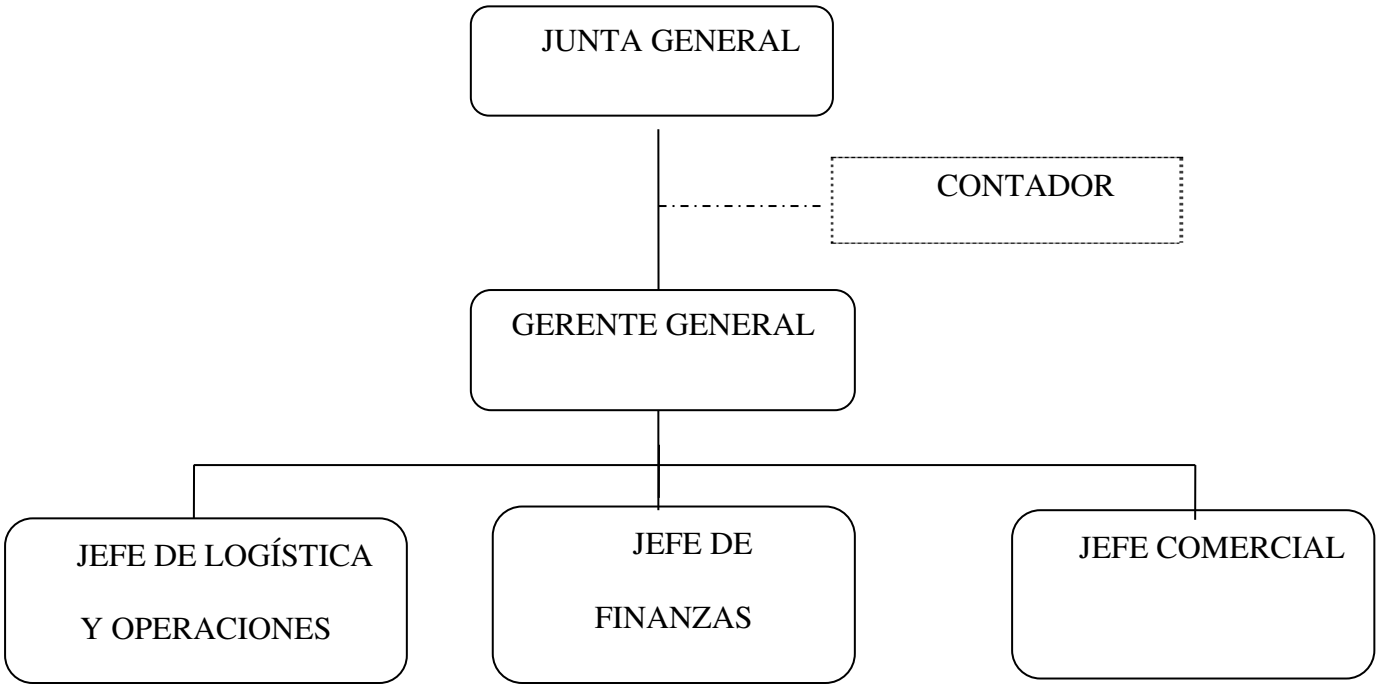


Figura 3: Organigrama

Fuente: Elaboración Propia

Junta General de Accionistas: Las funciones a realizar son:

- ✓ Designar al gerente general
- ✓ Conocer y aprobar el balance general acompañado del estado de ganancias y pérdidas
- ✓ Ejercer las demás funciones establecidas en la ley y estatutos de la empresa
- ✓ Determinar el reparto de los beneficios sociales

Gerente General: Las funciones a realizar son:

- ✓ Realizar la gestión administrativa de la empresa
- ✓ Representar a la empresa y representarla ante las autoridades
- ✓ Someter a la junta general de accionistas para su aprobación, los proyectos, balance, general, estados financieros y presupuesto por año
- ✓ Firmar los contratos y obligaciones de la empresa

Jefe de Logística y Operaciones: Las funciones a realizar son:

- ✓ Proponer el plan del área logística- operaciones así como realizar su ejecución, supervisión y evaluación
- ✓ Planificar los recursos y materiales de la organización
- ✓ Velar por la adecuada distribución de la cadena logística
- ✓ Asegurar tiempos, costo y calidad del producto

Jefe de Finanzas: Las funciones a realizar son:

- ✓ Apoyar a la organización en todas las gestiones legales y reglamentarias

- ✓ Elaborar informe de estados financieros
- ✓ Control de Cuentas por Cobrar y Cuentas por Pagar
- ✓ Análisis de los Estados Financieros para facilitar la toma de decisiones
- ✓ Control de Ingresos y Egresos con el fin de administrar el Capital de Trabajo

Jefe Comercial: Las funciones a realizar son:

- ✓ Velar por la imagen de la empresa y por el producto que ofrecemos
- ✓ Definir, coordinar y ejecutar las estrategias de ventas y publicidad orientadas a una mayor y mejor posición en el mercado destino
- ✓ Garantizar el cumplimiento de las planteadas en la planeación estratégica por la empresa
- ✓ Investigar y prever la evolución del mercado y la competencia para anticipar acciones competitivas

Contador: Sera un área terciarizada de la empresa y sus funciones a realizar son:

- ✓ Procesar, codificar y contabilizar los comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos
- ✓ Elaboración del cálculo de las planillas
- ✓ Registrar las facturas de los proveedores
- ✓ Analizar y resolver los temas contables y tributarios

2.7 Cuadro de Asignación Personal:

La empresa cuenta con 4 empleados en planilla, por lo cual presenta la siguiente asignación de personal.

Tabla 5: Cuadro de asignación de remuneración

CARGO	REMUNERACION MENSUAL S/.
Gerente General	S/. 2000.00
Jefe de Logística y Operaciones	S/. 1600.00
Jefe de Finanzas	S/. 1600.00
Jefe Comercial	S/. 1600.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 6: Cuadro de asignación de remuneración

RMV	A. Familiar
850.00	10%

	SNP/ ONP	PRIMA	HABITAT	INTEGRA	PROFUTURO
APORTE OBLIGATORIO	13%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%
COMISIÓN % SOBRE R.A.		0.18%	0.38%	0.90%	1.07%
PRIMA SEGURO		1.36%	1.36%	1.36%	1.36%

ESSALUD
9%

CARGO U OCUPACIÓN	ASIGNACIÓN FAMILIAR	INGRESOS DEL TRABAJADOR			TOTAL REMUNERACIÓN BRUTA	RETENCIONES A CARGO DEL TRABAJADOR								REMUNERAC	APORTACIONES DEL	
		SUELDO BÁSICO	ASIGNACIÓN FAMILIAR	OTROS		SNP / ONP		SISTEMA PRIVADO DE PENSIONES - AFP					TOTAL		SALUD	TOTAL APORTES
								AFP	Aporte obligatorio	Comisión % sobre R.A.	Prima de seguro	Otros dsctos				
Gerente General	NO	2,000.00	-		2,000.00	No	-	HABITAT	200.00	7.60	27.20	-	234.80	1,765.20	180.00	180.00
Jefe Comercial	NO	1,600.00	-		1,600.00	No	-	HABITAT	160.00	6.08	21.76	-	187.84	1,412.16	144.00	144.00
Jefe de Logistica y Opera	NO	1,600.00	-		1,600.00	No	-	HABITAT	160.00	6.08	21.76	-	187.84	1,412.16	144.00	144.00
Jefe de Finanzas	NO	1,600.00	-		1,600.00	No	-	HABITAT	160.00	6.08	21.76	-	187.84	1,412.16	144.00	144.00
TOTALES S/.		6,800.00			6,800.00				680.00	25.84	92.48		798.32	6,001.68	612.00	612.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 7: Proyección de planilla para los próximos 5 años en soles y dólares

PPTO DE RESULTADOS EN SOLES

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Planillas	S/. 88,944.00	S/. 88,944.00	S/. 88,944.00	S/. 88,944.00	S/. 88,944.00

PPTO DE RESULTADOS EN DOLARES

Tipo de cambio
3.3

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Planilla	$26,953	$26,953	$26,953	$26,953	$26,953

Fuente: Elaboración Propia

2.8 Forma jurídica empresarial

La forma jurídica empresarial escogida por Peruvian Company of Natural Jam será Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.), debido a que brinda la facilidad de crear una sociedad con un número reducido de integrantes y porque es recomendable para MYPES.

La empresa tendrá dos socios con los respectivos porcentajes: Giovanna Botello Menéndez (70%) e Izamar Pérez Valverde (30%).

A continuación, se detalla las características de una S.A.C.

Tabla 8: Cuadro características de la Sociedad Anónima Cerrada

CARACTERISTICAS DE LA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
✓ Número de integrantes oscila entre 2 y 20 accionistas, no afecta la posibilidad de manejar grandes capitales ✓ Persona jurídica de responsabilidad limitada ✓ No debe inscribir acciones en el Registro Público del Mercado de Valores ✓ Limitación de responsabilidad de los accionistas frente a terceros ✓ Las participaciones son negociables ✓ La división del capital social se da por acciones

Fuente: Programa MiEmpresaPropia
Elaboración Propia

2.9 Registro de marca y procedimiento en INDECOPI

Al iniciar operaciones se comercializara el producto con marca blanca, puesto que somos una empresa nueva en el mercado y resultaría costoso posicionar nuestra marca en el mercado estadounidense.

Eso implica cuando lleguemos a un nivel estable de ventas se gestionará los trámites para registrar la marca ante INDECOPI. Para ello, debe tomarse en cuenta los siguientes requisitos.

Tabla 9: Cuadro de requisitos para la solicitud de registro de marcas de productos y/o servicios

REQUISITOS PARA REGISTRO DE MARCAS O SIGNOS DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS
✓ Completar y presentar 3 juegos de formatos de solicitud (2 para la autoridad y 1 para el administrador) ✓ Consignar el número RUC ✓ Indicar el domicilio para el envió de las notificaciones ✓ Indicar el signo que se pretende registrar tales como:

denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros ✓ Consignar expresamente el producto que se desea distinguir con el signo solicitado, así como a la clase que pertenecen (Clasificación de Niza) ✓ Firmar la solicitud por el solicitante ✓ Adjuntar la constancia de pago, cuyo costo que equivalente a 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT, esto es S/. 534.99 soles. Se cancela en la sucursal del Banco de la Nación ubicado en el Indecopi-Sede Sur.

Fuente: INDECOPI

2.10 Requisitos y trámites municipales

Peruvian Company of Natural Jam es una empresa encargada de la comercialización de alimentos; pero el producto será realizado por una maquila que cuenta con el Certificado Sanitario Oficial de Exportación de Alimentos de Consumo Humano otorgado por la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA).

Los requisitos solicitados son:

Tabla 10: Cuadro de requisitos para obtener el certificado oficial de exportación de alimentos de consumo humano

REQUISITOS PARA OBTENER EL CERTIFICADO OFICIAL DE EXPORTACION DE ALIMENTOS DE CONSUMO HUMANO
✓ Solicitud Única de Comercio Exterior (SUCE). Para Obtener N° de SUCE deberá tramitarlo con su Código de Pago Bancario (CPB) ✓ Contar con habilitación sanitaria vigente a la fecha de la producción del lote a exportar. La habilitación debe comprender las líneas de producción y el producto a exportar. ✓ Informe de la evaluación higiénico sanitaria del producto a embarcarse en lo que respecta a las condiciones de almacenamiento, envase y embalaje expedido por un organismo de inspección acreditado por el INACAL u otro organismo acreditador de país extranjero, que cuente con reconocimiento internacional, es decir, sea firmante del Acuerdo de Reconocimiento Mutuo de ILAC (International Laboratory Accreditation Cooperation) o del IAAC (Inter

American Accreditation Cooperation)

- ✓ Informe de análisis emitido por un laboratorio acreditado por el INACAL, u otro organismo acreditador de país extranjero, que cuente con reconocimiento internacional, es decir, sea firmante del Acuerdo de Reconocimiento Mutuo de ILAC (International Laboratory Accreditation Cooperation) o del IAAC (Inter American Accreditation Cooperation), relativo a las muestras seleccionadas y tomadas del respectivo lote de embarque.
- ✓ Pago por derecho de tramite: S/ 70.80 soles
- ✓ Duración: 2 días hábiles

Nota:

1. La SUCE debe consignar el número de la habilitación sanitaria vigente del establecimiento y las especificaciones solicitadas por el exportador.
2. Presentar documentos que sustenten los datos adicionales en el Certificado Sanitario según solicita el país de destino.

Fuente: Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA)

2.10.1 Licencia de funcionamiento:

Los requisitos en la Municipalidad de San Martín para establecimientos con un área más de 100 m2 hasta 500 m2 son:

Tabla 11: Cuadro de requisitos para obtener la obtener la licencia de funcionamiento

REQUISITOS PARA OBTENER LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO
✓ Solicitud según formulario (libre reproducción) con carácter de Declaración Jurada, que incluye lo siguiente: Numero de RUC y DNI ✓ Poder vigente del representante legal ✓ Certificado de la Inspección Técnica de Seguridad en defensa Civil (ITSDC) de detalle o Multidisciplinaria. ✓ Pago por derecho de trámite. ✓ Costo: S/ 121.70 soles ✓ Duración: 7 días

Fuente: Municipalidad de San Martin de Porres

2.10.2 Requisitos de inspecciones técnicas de seguridad en edificación de acuerdo Al D.S. N°058-2014-PCM

Los requisitos en la Municipalidad de San Martín para establecimientos son:

Tabla 12: Cuadro de requisitos de inspecciones técnicas de seguridad en edificación de acuerdo al D.S. N°058-2014-PCM

REQUISITOS DE INSPECCIONES TÉCNICAS DE SEGURIDAD EN EDIFICACIÓN DE ACUERDO AL D.S. N°058-2014-PCM
✓ Solicitud simple Plano de ubicación ✓ Pago por derecho de Trámite ✓ Plan de seguridad ✓ Plano de arquitectura (distribución) ✓ Protocolo de pruebas de operatividad y mantenimiento de equipos de seguridad ✓ Certificado de conformidad emitidos por Osinergmin , cuando corresponda ✓ Certificado vigente de pozo tierra ✓ Costo: S/ 60.40 soles

Fuente: Municipalidad de San Martin de Porres

2.11 Régimen tributario procedimiento desde la obtención del RUC y modalidades

Después de obtener el RUC es importante elegir un régimen tributario adecuado para nuestra empresa.

Se detallara los tres regímenes tributarios para luego proceder con la elección correcta.

2.11.1 Nuevo régimen único simplificado (RUS):

Las personas que pueden acogerse son:

✓ Personas naturales y sucesiones indivisas con un negocio cuyos clientes son los consumidores finales

✓ Personales naturales no profesionales, con domicilio en Perú que perciban rentas de cuarta categoría solo por actividades de oficios

Cada contribuyente paga una cuota mensual según los montos de sus ingresos brutos o adquisiciones mensuales, el cual se determina con los siguientes gráficos:

Tabla 13: Cuadros de categorías según ingresos brutos o adquisiciones mensuales

CATEGORÍA	INGRESOS BRUTOS O ADQUISICIONES MENSUALES	CUOTA MENSUAL EN S/.
1	Hasta S/. 5,000	20
2	Más de S/. 5,000 hasta S/.8,000	50

CATEGORÍA ESPECIAL	INGRESOS BRUTOS O ADQUISICIONES	CUOTA MENSUAL
	Hasta S/. 60,000 anuales	No paga cuota mensual
Pueden acogerse a esta categoría los contribuyentes, sujetos del NRUS, que se dediquen : Únicamente a la venta de frutas, hortalizas, legumbres, tubérculos, raíces, semillas y demás bienes especificados en el Apéndice I de la Ley del IGV e ISC, realizada en mercados de abastos; ó, Exclusivamente al cultivo de productos agrícolas y que vendan sus productos en su estado natural.		
Para considerarse dentro de la Categoría Especial del NRUS es condición haber presentado el Formulario N° 2010 en la red bancaria. -Si inicia actividades en el año: Presentará el formulario 2010 por el período tributario (mes) en que inicia sus actividades.		

Fuente: SUNAT

Los contribuyentes solo deben emitir y entregar boletas de venta, tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras, con ello no se permite ejercer el derecho al

crédito fiscal ni puede ser usado como sustento de gasto y/o costo para efectos tributarios.

Cabe precisar que los contribuyentes del RUS no están obligados a llevar libros y registros contables, pero si deben conservar los comprobantes de pago emitidos.

2.11.2 Régimen especial de impuesto a la renta (RER):

Los que pueden acogerse a este régimen son: personas naturales, sociedades conyugales, sucesiones indivisas y personas jurídicas que perciban rentas de tercera categoría que provengan de actividades de comercio, industria o servicios. Deben tener un ingreso neto que no supere los S/. 360,000.00 por ejercicio gravable, dentro de otros requisitos.

Las obligaciones que se deben cumplir son:

- ✓ Llevar libros contables, además de los registros de consignaciones y de planillas de pago según corresponda
- ✓ Emitir los siguientes comprobantes de pago: tickets, boletas de venta, facturas, notas de crédito y débito, guías de remisión, entre otros
- ✓ Declarar y pagas las obligaciones tributarias
- ✓ Realizar las retenciones a sus trabajadores
- ✓ Si se realiza la suspensión de actividades debe ser comunicado y mantener actualizado el RUC

Los contribuyentes están obligados a declarar y pagar mensualmente el impuesto a la renta y el impuesto general a las ventas (IGV).

A partir del 2007 en el impuesto a la renta se aplican dos tasas:

- ✓ Si son rentas de tercera categoría que provienen solamente de actividades de comercio y/o industria, se deberá pagar 1.5% de los ingresos netos mensuales
- ✓ Si son rentas de tercera categoría que provienen solamente de actividades de servicio, se deberá pagar 2.5% de los ingresos netos mensuales
- ✓ Si son rentas de tercera categoría que provienen de actividades conjuntas, se deberá pagar 2.5% de los ingresos netos mensuales

El impuesto general a las ventas grava la transferencia de bienes y la prestación de servicios en el Perú y otras actividades, con una tasa de 18% el cual incluye el 2% por concepto de impuesto de promoción municipal el cual se aplica sobre el valor de venta del bien o servicio. Es decir:

IGV = Valor de Venta*18%

Valor de Venta + IGV = Precio de Venta

2.11.3 Régimen General del Impuesto a la Renta (RG):

Los que pueden acogerse a este régimen son aquellas personas que realicen actividades empresariales o de negocios ya sea personas naturales o jurídicas, sucesiones indivisas, sociedades conyugales y las asociaciones de hecho de profesionales y similares.

Las obligaciones que se deben cumplir son:

- ✓ Si los ingresos son menores a 100 UIT se debe llevar registro de ventas e ingresos, libro de inventario y balances, registro de activos fijos, libro de caja y

bancos y registro de compras. Si fuera mayor a 100 UIT se debe llevar contabilidad completa

- ✓ Se emiten los siguientes comprobantes de pago: tickets, boletas de venta, facturas, liquidación de compra, notas de crédito y débito, guías de remisión, entre otros
- ✓ Presentar declaración de pago mensual y declaración jurada anual del impuesto a la renta en la forma según lo establecido por la SUNAT
- ✓ Efectuar retenciones a sus trabajadores y otras acciones que señale la ley

Los contribuyentes están obligados a declarar y pagar mensualmente el impuesto a la renta y el impuesto general a las ventas (IGV).

El impuesto a la renta se determina al finalizar el año y su declaración y pago se cancela dentro de los tres primeros meses del año siguiente según el cronograma de vencimientos aprobado por SUNAT.

Hay que mencionar que se debe realizar los pagos a cuenta mensuales los cuales son deducibles de la regularización anual explicada en el párrafo anterior. Pueden realizarse mediante dos sistemas existentes:

- ✓ Sistema A – De Coeficientes: Se calcula aplicando un coeficiente al total de ingresos por mes, en caso haya tenido impuesto calculado el año anterior:

Cálculo del coeficiente = impuesto calculado del año anterior * Ingresos netos del año anterior

- ✓ Sistema B – De Porcentaje: Si no hubo impuesto calculado el año anterior o si inicia actividades, el importe se calcula aplicando el 2% sobre los ingresos netos mensuales.

El impuesto general a las ventas se calcula de la misma forma que en el régimen especial de impuesto a la renta.

En base a las explicaciones previas se opto por acogerse al Régimen especial del impuesto a la renta (RER) por motivo de que somos una empresa nueva y por ende con bajos niveles de venta y este régimen permite pagar menos impuestos lo cual es recomendable para un negocio que recién está en marcha.

2.12 Registro de planillas electrónicas (PLAME):

La planilla electrónica es llevada a través de los medios informáticos desarrollados por SUNAT.

Desde el 01/08/2011 la planilla electrónica se compone por: registro de información laboral (T-Registro) y la planilla Mensual de Pagos (PLAME).

Tabla 14: Cuadros de componentes de la planilla electrónica

PLANILLA ELECTRÓNICA	DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	MEDIO DE ACCESO
T – REGISTRO	Registro de Información Laboral	Es el Registro de Información Laboral de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes.	A través de la Clave SOL, OPCIÓN MI RUC Y OTROS REGISTROS

PLAME	Planilla Mensual de Pagos	Comprende información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y derechohabientes	Se descarga el programa en www,sunat,gob,pe, se elabora, genera archivo y envía en SUNAT Operaciones en Línea.

Fuente: SUNAT

PLAME sirve para cumplir con la declaración de las obligaciones y efectuar los pagos generados a partir de noviembre de 2011 y que son presentadas a partir de diciembre de 2011.

Los empleadores deben consolidar la información de todos sus trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios entre otros en el PDT Planilla Electrónica - PLAME.

Tabla 15: Cuadros de conceptos a declarar en el PDT-PLAME

CONCEPTOS
Información establecida en la R.M N.° 121-2011-TR o norma que la sustituya o modifique.
Retenciones del Impuesto a la Renta de quinta categoría.
Retenciones del Impuesto a la Renta de cuarta categoría
Impuesto extraordinario de Solidaridad respecto de las remuneraciones correspondientes a los trabajadores, en los casos que exista convenio de estabilidad
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 a ESSALUD como asegurados regulares

Contribuciones a ESSALUD por concepto de pensiones
Contribuciones a ONP bajo el régimen del Decreto Ley N° 19990
Prima por el concepto de "+ Vida Seguro de Accidentes"
Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo contratado con el ESSALUD para dar cobertura a los afiliados regulares del ESSALUD.
COSAP, creada por el artículo 4° de la Ley N° 28046
Registro de Pensionistas del Régimen del Decreto Ley N° 20530, a los que hace referencia en el artículo 11 de la Ley N° 28046
Prima por el concepto "Asegura tu pensión", respecto de los afiliados obligatorios al Sistema Nacional de Pensiones que contraten el mencionado seguro
Retenciones del aporte del trabajador minero, metalúrgico y siderúrgico cuyas actividades se encuentren comprendidas en los Decretos supremos N°s 029-89-TR y el Decreto Supremo N° 164-2001-EF y sus normas modificatorias, al Fondo Complementario de Jubilación Minera, Metalúrgica y Siderúrgica, otorgado por la Primera Disposición Complementaria Final del Reglamento de la Ley N° 29741.
Cuotas de fraccionamiento de los aporte del trabajdor 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° 29741, aprobado por Decreto Supremo N° 006-2012-TR

Fuente: SUNAT

Los datos que el PDT PLAME que obtiene a través del T-REGISTRO con la finalidad de elaborar la declaración y la PLAME son:

Tabla 16: Cuadros de datos obtenidos del T-REGISTRO

CATEGORÍA	DEFINICIÓN
Empleador	Sector al que pertenece el empleador, Indicador de ser microempresa inscrita en el REMYPE e Indicador de aportar al SENATI.
Trabajador	Tipo y número de documento de identidad, apellidos y nombres, fecha de nacimiento, tipo de trabajador, régimen pensionario, régimen de salud, indicador SCTR-Salud y pensión y Situación del trabajador.
Pensionistas	Tipo y número de documento de identidad, apellidos y nombres, fecha de nacimiento, tipo de pensionista, régimen pensionario y situación del pensionista
Personal en Formación Laboral	Tipo y número de documento de identidad, apellidos y nombres, y fecha de nacimiento
Personal de Terceros	Tipo y número de documento de identidad, apellidos y nombres, fecha de nacimiento e indicador de aporte al SCTR Salud cuando la cobertura es proporcionada por EsSalud. Si la cobertura de salud la brinda una EPS sus datos no son descargados al PDT Planilla Electrónica – PLAME.

Fuente: SUNAT

2.13 Régimen laboral especial y general laboral

A continuación, se presenta la comparación entre el Régimen Laboral Especial y el Régimen General Laboral.

DIFERENCIAS ENTRE EL RÉGIMEN LABORAL GENERALY EL RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA			
BENEFICIOS DE LOS TRABAJADORES	**RÉGIMEN LABORAL GENERAL O COMÚN**	**MICRO EMPRESA**	**PEQUEÑA EMPRESA**
VACACIONES	El trabajador tiene derecho a 30 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio. Estas pueden reducirse de 30 días	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.
JORNADA NOCTURNA (Entre las 10:00 p.m. a 6:00 a.m.)	Su remuneración no puede ser inferior a la Remuneración Mínima Vital más una sobretasa equivalente al 35% de esta.	Si la jornada habitualmente es nocturna, no se aplicará la sobre tasa del 35%	Su remuneración no puede ser inferior a la Remuneración Mínima Vital más una sobretasa equivalente al 35% de esta.
COMPENSACIÓN POR TIEMPO DE SERVICIOS (CTS)	Una remuneración mensual, depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).	No.	15 remuneraciones diarias depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).
GRATIFICACIONES	Se otorga dos veces al año, una por Fiestas Patrias y otra por Navidad, en razón a una remuneración completa por cada oportunidad, y se pagará por mes calendario completo laborado.	No.	Se otorgará dos veces al año, una por Fiestas Patrias y otra por Navidad, en razón a media remuneración por cada oportunidad, siempre y cuando laboren el semestre completo, caso contrario percibirán la parte proporcional.
SEGURO DE SALUD	ESSALUD 9% de la remuneración – lo aporta en su integridad el empleador.	Seguro Integral de Salud (SIS) – El empleador deberá realizar un aporte mensual equivalente al 50% del aporte mensual total del régimen semi-contributivo del SIS, el otro 50% será completado por el Estado.	ESSALUD 9% de la remuneración – lo aporta en su integridad el empleador.
INDEMNIZACIÓN POR DESPIDO ARBITRARIO	En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización una remuneración y media por cada mes dejado de laborar, en caso sea un contrato a plazo determinado, y le tocará una remuneración y media por cada año de trabajo en caso sea un contrato indeterminado; en ambos casos con un máximo de 12 remuneraciones.	En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización el equivalente a 10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de noventa (90) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.	En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización el equivalente a 20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de ciento veinte (120) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.
ASIGNACIÓN FAMILIAR	10% de la remuneración mínima vital, tengan a su cargo uno o más hijos menores de 18 años y hasta 24 años en caso de que el hijo al cumplir la mayoría de edad este cursando estudios superiores.	No.	No.

Figura 4: Diferencias entre el régimen laboral general y el régimen laboral especial de la micro y pequeña empresa

Fuente: Ministerio de trabajo y promoción del empleo

El régimen laboral especial está dirigido a inducir a la formalización y desarrollo de la MYPE mejorando sus condiciones de derechos de naturaleza laboral de los trabajadores.

Tabla 17: Cuadro de los derechos laborales de la MYPE

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

Fuente: SUNAT

Según las comparaciones previas, se escoge el régimen laboral especial porque permite un ahorro considerable en la contratación de los empleados y además brinda más beneficios para la empresa.

2.14 Modalidades de contratos laborales:

Es un acuerdo entre un empleador y un empleado donde se coordinan las funciones a cumplir a cambio de una remuneración.

Los contratos laborales contienen tres elementos esenciales:

- ✓ La prestación personal y directa del servicio por el propio trabajador
- ✓ La remuneración que recibe el trabajador
- ✓ La subordinación o dependencia que indica que el trabajador presta sus servicios bajo la dirección del empleador

A continuación, se grafica las formas de contratación laboral en el Perú:

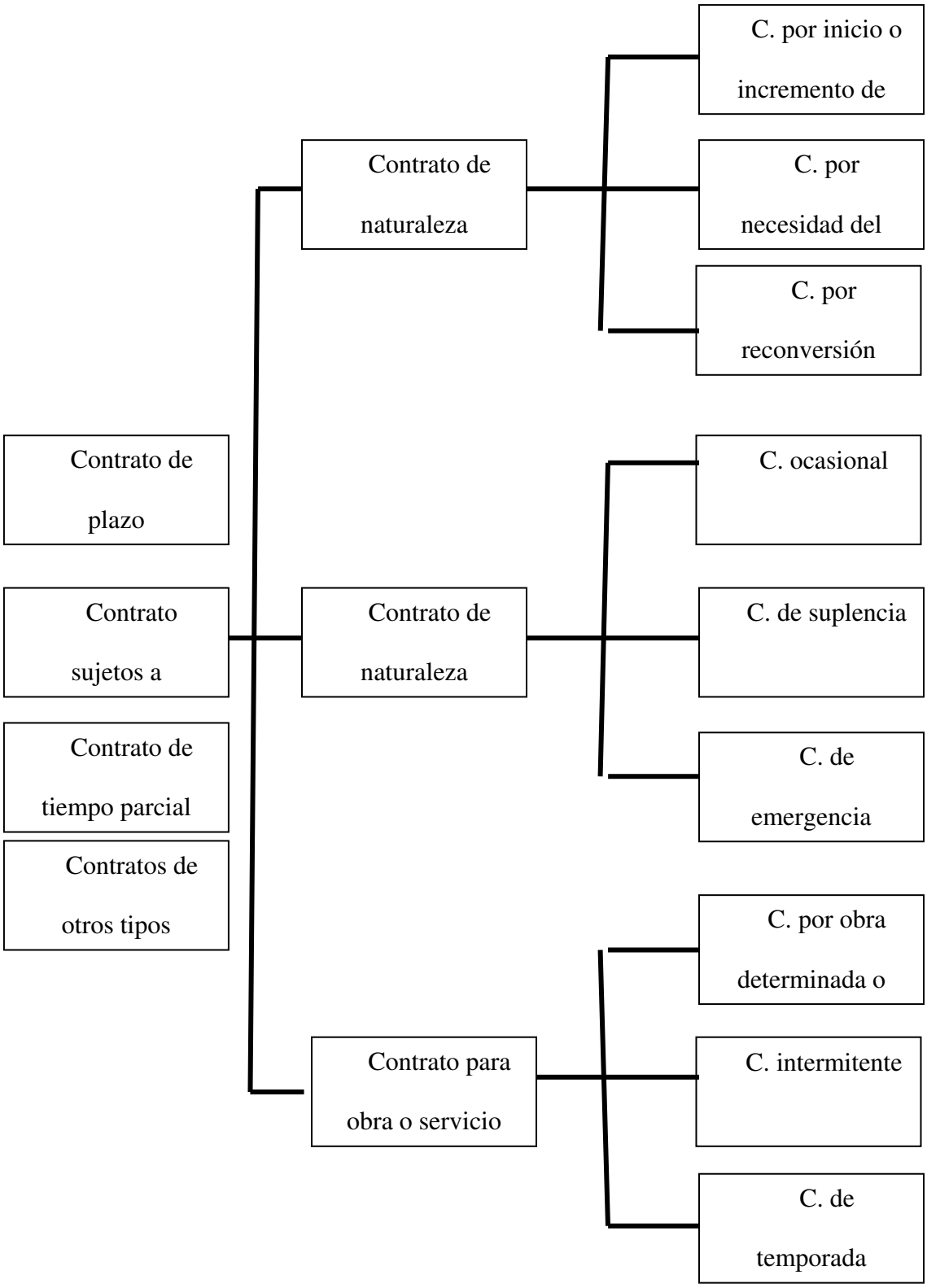


Figura 5: Formas de contratación laboral

Fuente: Elaboración Propia

El contrato escogido por la empresa es el sujeto a modalidad de naturaleza temporal por inicio o incremento de actividades y su duración máxima es de tres años, luego de dicho periodo el empleado pasa a ser indeterminado.

Debe de ser realizado por escrito y ser registrado de forma obligatoria en el Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo donde se especifica el motivo; además debe indicarse la fecha de inicio y termino.

2.15 Contratos comerciales y responsabilidad civil de accionistas:

De la misma forma que una empresa firma un contrato con una persona para que desarrolle tareas específicas; las empresas también firman contratos de carácter comercial para expandir el negocio.

Dichos contratos pueden ser de arrendamientos de locales hasta grandes alianzas internaciones.

A continuación, se indica los contratos comerciales que mantendrá la empresa los cuales serán escritos y redactados de manera formal con la finalidad de dejar en claro todos los términos del acuerdo:

- ✓ Contrato de arrendamiento de local
- ✓ Contrato con de confidencialidad con la maquila para la elaboración del producto
- ✓ Contrato con la maquila
- ✓ Contrato de prestación de servicios(agua, luz, internet, telefonía)
- ✓ Contrato de compra venta internacional con el bróker

Con respecto a la responsabilidad civil de los accionistas, estos tienen una responsabilidad de carácter solidario frente a deudas que deriven de la sociedad, pero solo responde con su patrimonio social quedando fuera su patrimonio personal.

3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1 Descripción del producto:

Se comercializara la mermelada del lúcuma con kiwicha endulzado con miel de caña al mercado de New York- Estados Unidos en la presentación de 16 onzas (450 gr. aproximadamente), cumpliendo con las normas sanitarias y de exportación requeridas para lograr ser un producto de calidad y saludable.

La mermelada resulta de la cocción de la lúcuma con la miel de caña y al finalizar se agrega la kiwicha. El tiempo de cocción es aproximadamente 1 hora, durante dicho tiempo los ingredientes mencionados se combinarán y obtendrán una textura adecuada. El producto es muy nutritivo y saludable ya que son completamente naturales lo cual es muy valioso en el extranjero.

A continuación, se indica el valor nutricional de la lúcuma y kiwicha.

Valor nutricional
Nutritional Value

Componentes / *Components*	Pulpa fresca por 100 g *Fresh pulp per 100 g*
Agua *Water*	72,3 g
Valor energético *Energy value*	99 cal
Proteínas *Proteins*	1,5 g
Fibra *Fiber*	1,3 g
Lípidos *Lipids*	0,5 g
Cenizas *Ash*	0,7 g
Calcio *Calcium*	16 mg
Fósforo *Phosphorus*	26 mg
Fierro *Iron*	0,4 mg
Caroteno *Carotene*	2,3 mg
Tiamina *Thiamine*	0,01 mg
Niacina *Niacin*	1,96 mg
Ácido ascórbico *Ascorbic acid*	2,2 mg
Riboflavina *Rivoflavin*	0,14 mg

Figura 6: Valor nutricional de lúcuma

Fuente: SIICEX

Según apega los beneficios son:

- ✓ Es una gran fuente de carbohidratos, vitaminas y minerales
- ✓ Brinda una gran fuente de energía
- ✓ Combate las enfermedades de la piel y la depresión
- ✓ Incrementa el de hemoglobina en la sangre
- ✓ Estimula el buen funcionamiento del sistema nervioso
- ✓ Reduce los niveles de colesterol y triglicéridos de la sangre
- ✓ Disminuye los ataques cardiacos
- ✓ Previene la anemia

Valor nutricional

Nutritional Value

Componentes / *Components*	Por 100 g / *Per 100 g*
Proteína *Protein*	12,9 g
Calcio *Calcium*	247 g
Fósforo *Phosphorus*	500 mg
Hierro *Iron*	3,4 mg
Ceniza *Ash*	2,5 g
Grasa *Fat*	7,2 g
Fibra *Fiber*	6,7 g
Carbohidratos *Carbohydrates*	65,1 g
Humedad *Humidity*	12,3 %
Valor energético *Energy Value*	358 Kcal
Tiamina *Thiamine*	0,14 mg
Riboflavina *Rivoflavin*	0,32 mg
Niacina *Niacin*	1,0 mg
Vitamina C *Vitamin C*	3,0 mg

Figura 7: Valor nutricional de kiwicha

Fuente: SIICEX

Según el diario el comercio que a su vez se basa en una profesional de Ciencias Agronómicas e Ingeniería Biológica por la Universidad Lovaina en Bélgica con magíster en Ciencias y Tecnología de alimentos en la Universidad Agraria La Molina; los beneficios de la kiwicha son:

- ✓ Tiene una cantidad también importante de ácidos grasos esenciales
- ✓ Gran contenido de calidad
- ✓ Ayuda a disminuir notablemente los niveles de colesterol en la sangre
- ✓ No contiene colesterol
- ✓ Es 100% digestivo


Figura 8: Lúcuma y kiwicha

Fuente: Google/Imágenes

3.1.1 Clasificación arancelaria:

Es vital conocer el código arancelario del producto para saber si tenemos beneficios arancelarios o alguna restricción.

Según el arancel de aduana vigente del 2017, se realizara la siguiente clasificación:

Tabla 18: Clasificación arancelaria del Perú

Sección IV: Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados
Capítulo 20: Preparaciones de Hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas
Partida al Sistema Armonizado 20.07: Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.
Sub-partida al sistema armonizado 20.07.99: las demás confituras excepto las de agrios (cítricos).
Sub-partida Nadina 20.07.99.91: confituras, jaleas y mermeladas
Sub-partida Nacional 20.07.99.91.00: confituras, jaleas y mermeladas.

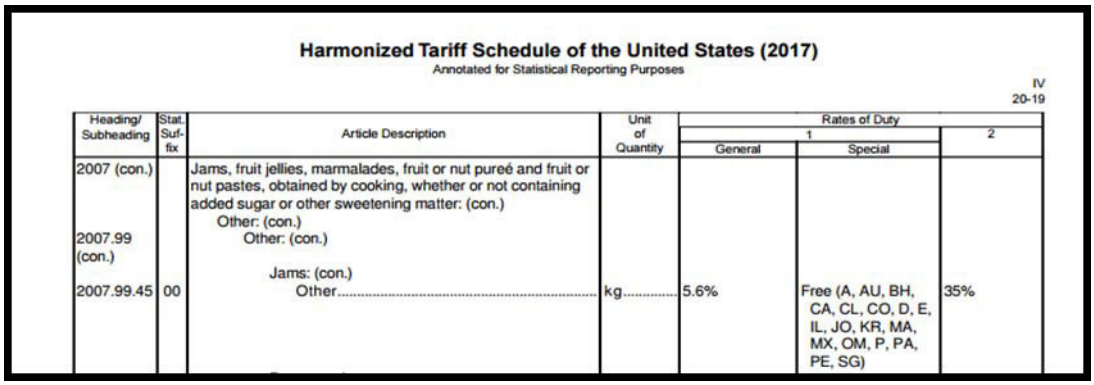
Fuente: SUNAT
Elaboración Propia

Figura 9: Partida Arancelaria de Perú

Fuente: SUNAT

En el arancel peruano la partida mencionada tiene Ad Valorem del 6%, pero debido al TLC Perú- Estados Unidos libera al 100%.

Según el arancel de Estados Unidos, la partida de las mermeladas dulces es 2007.99.45.00, según como se observa en la siguiente figura.



Harmonized Tariff Schedule of the United States (2017)

Annotated for Statistical Reporting Purposes

IV
20-19

Heading/ Subheading	Stat. Suf-fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty 1 General	Rates of Duty 1 Special	Rates of Duty 2
2007 (con.)		Jams, fruit jellies, marmalades, fruit or nut pureé and fruit or nut pastes, obtained by cooking, whether or not containing added sugar or other sweetening matter: (con.)				
		Other: (con.)				
2007.99 (con.)		Other: (con.)				
		Jams: (con.)				
2007.99.45	00	Other.....	kg.....	5.6%	Free (A, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG)	35%

Figura 10: Partida Arancelaria de Perú

Fuente: United States International Trade Comission

Se visualiza que en el arancel de Estados Unidos se paga un Ad Valorem del 5.6% pero tiene una categoría de desgravación A lo que indica que los aranceles de la mercadería fueron eliminados totalmente a partir de la vigencia del TLC, tal y como se observa en la siguiente figura.

Annex 2.3 - Tariff Schedule of the United States

HTS8	Descripción	Arancel Base	Categoria de Desgravación	Salvaguardia
20060030	Ginger root, preserved by sugar (drained, glace or crystallized)	2.4%	A	
20060040	Pineapples, preserved by sugar (drained, glace or crystallized)	2.1%	A	
20060050	Mixtures of vegetables, fruit, nuts, fruit-peel or other parts of plants, preserved by sugar (drained, glace or crystallized)	16%	A	
20060060	Citrus fruit or peel of citrus or other fruit, except mixtures, preserved by sugar (drained, glace or crystallized)	6 cents/kg	A	
20060070	Fruit nesi, and nuts, except mixtures, preserved by sugar (drained, glace or crystallized)	8%	A	
20060090	Vegetables and parts of plants, nesoi, preserved by sugar (drained, glace or crystallized), except mixtures,	16%	A	
20071000	Homogenized cooked preparations of fruit put up for retail sale as infant food or for dietetic purposes, in cont. not over 250 grams, net	12%	A	
20079110	Citrus fruit pastes and purees, being cooked preparations	11.2%	A	
20079140	Orange marmalade	3.5%	A	
20079190	Citrus jams, fruit jellies, and marmalades (other than orange)	4.5%	A	
20079905	Lingonberry and raspberry jams	1.8%	A	
20079910	Strawberry jam	2.2%	A	
20079915	Currant and other berry jams, nesi	1.4%	A	
20079920	Apricot jam	3.5%	A	
20079925	Cherry jam	4.5%	A	
20079930	Guava jam	Free	F	
20079935	Peach jam	7%	A	
20079940	Pineapple jam	4%	A	
20079945	Jams, nesi	5.6%	A	
20079948	Apple, quince and pear pastes and purees, being cooked preparations	12%	A	

Figura 11: Lista de Tarifas de los Estados Unidos

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

3.1.2 Propuesta de Valor:

Es el factor que logra que un cliente se incline por tu empresa o por la competencia en busca de una solución a un problema o para satisfacer una necesidad de manera innovadora.

Para ello debemos analizar los beneficios que aporta el producto y el precio; y si lo primero supera a lo último se creará la percepción de que nuestra empresa vale la pena pero si el precio supera los beneficios no comprarán.

Por lo tanto, una buena propuesta debe transmitir lo siguiente:

- ✓ Como el producto resuelve el problema o necesidad del cliente
- ✓ Cuáles son los beneficios que el cliente debe esperar del producto

- ✓ Por qué debe elegir mi empresa y no a la competencia, cual es mi valor diferencial

Para conseguir una visión más amplia de la propuesta de valor se utilizará la herramienta estratégica llamada Cadena de Valor de Michael Porter; con la finalidad de analizar las actividades internas y externas.

La cadena de valor es un modelo teórico que grafica y describe las actividades de una empresa para generar valor al cliente final y a la misma empresa. Por ello; si una empresa tiene una ventaja competitiva frente a otra si es capaz de aumentar el margen ya sea aumentado ventas o bajando costos.

Figura 12: Cadena de valor de Michael Porter

Fuente: Web y Empresas

3.1.2.1 Actividades Primarias:

Implicadas en la creación física del producto, venta y post venta. Se clasifica en cinco categorías.

3.1.2.1.1 Logística Interna:

Se gestiona y administra las actividades de ingreso y almacenamiento de materia prima para la elaboración y de igual modo la distribución de los materiales. Tecnología y Procesos Alimentarios S.A es la empresa que brinda el servicio de maquila y está

encargada de gestionar la compra de los insumos los cuales son: lúcuma, kiwicha y miel de caña y entregar el producto listo para exportar.

3.1.2.1.2 Operaciones:

Toma las materias primas desde el inicio y elabora el producto. Tecnología y Procesos Alimentarios S.A se encargara de la compra de los insumos en perfectas condiciones para luego elaborar el producto. Debido a que si nosotros compramos los insumos el costo es mayor y existe escasez de lúcuma porque es estacional.

3.1.2.1.3 Logística externa:

El producto sale terminado y con rumbo al cliente. Para ello, contrataremos a la agencia de aduana Adualink S.A.C quien cuenta con certificaciones BASC y OEA lo que lo vuelve confiable ante la SUNAT brindando mayor rapidez en las operaciones. La empresa se encargara de gestionar el envío del producto a Estados Unidos reduciendo tiempo y costos.

3.1.2.1.4 Marketing y ventas:

Es una actividad principal en la empresa. Hay que considerar el precio justo para permitir captar al mercado objetivo. En cuanto al marketing hay que considerar una página web actualizada en español e inglés para contactar a nuestros clientes, además de estar en plataformas virtuales. Cabe mencionar que los principales competidores son: Smucker´s, Welch´s y Great Value y los precios oscilan entre $2.00 hasta $20.00 en destino e inclusive existen precios más altos.

3.1.2.1.5 Servicios:

Cubren desde la administración hasta el servicio post venta. Es un componente fuerte porque proporciona confianza y apoyo al cliente.

La empresa cuenta con página web y teléfono para solucionar cualquier consulta, problema, queja, etc. que pudiera presentarse para ayudar y satisfacer al cliente después de la compra.

3.1.2.2 Actividades de apoyo:

Sustentan las actividades primarias, proporcionan insumos, tecnología, recursos humanos entre otros. La infraestructura no está asociada a las actividades primarias sino apoya a la cadena completa.

3.1.2.2.1 Infraestructura de la Organización:

La empresa cuenta con 5 áreas: Gerencia general, área de logistica y operaciones, área de finanzas, área comercial y se terciariza el área de contabilidad; para que de este modo se pueda desarrollar de manera optima las actividades de la empresa.

3.1.2.2.2 Gestión de recursos humanos:

El area de fnanzas y de contabilidad se encargaran lo relacionado a la planilla.

3.1.2.2.3 Desarrollo tecnologico:

Dirigido hacia la producción de materiales, sistemas o métodos que incluyen el diseño, desarrollo, procesos, etc. Con el fin de mejorar nuestro producto final se contratara a la maquila denominada Tecnología y Procesos Alimentarios S.A para la elaboración .

3.1.2.2.4 Aprovisionamiento:

Es el control de los suministros para satisfacer las necesidades de los procesos operativos. Las cantidades a suministrar, frecuencia, inventario, previsión, calidad, selección, fechas de entrega, embalajes son factores a tener en cuenta en un trabajo conjunto de nuestra empresa con la maquila.

También se explicara la cadena de valor mediante el modelo de Quick Sprout de Neil Patel ya que se tomara en cuenta para la elaboración de nuestra página web.

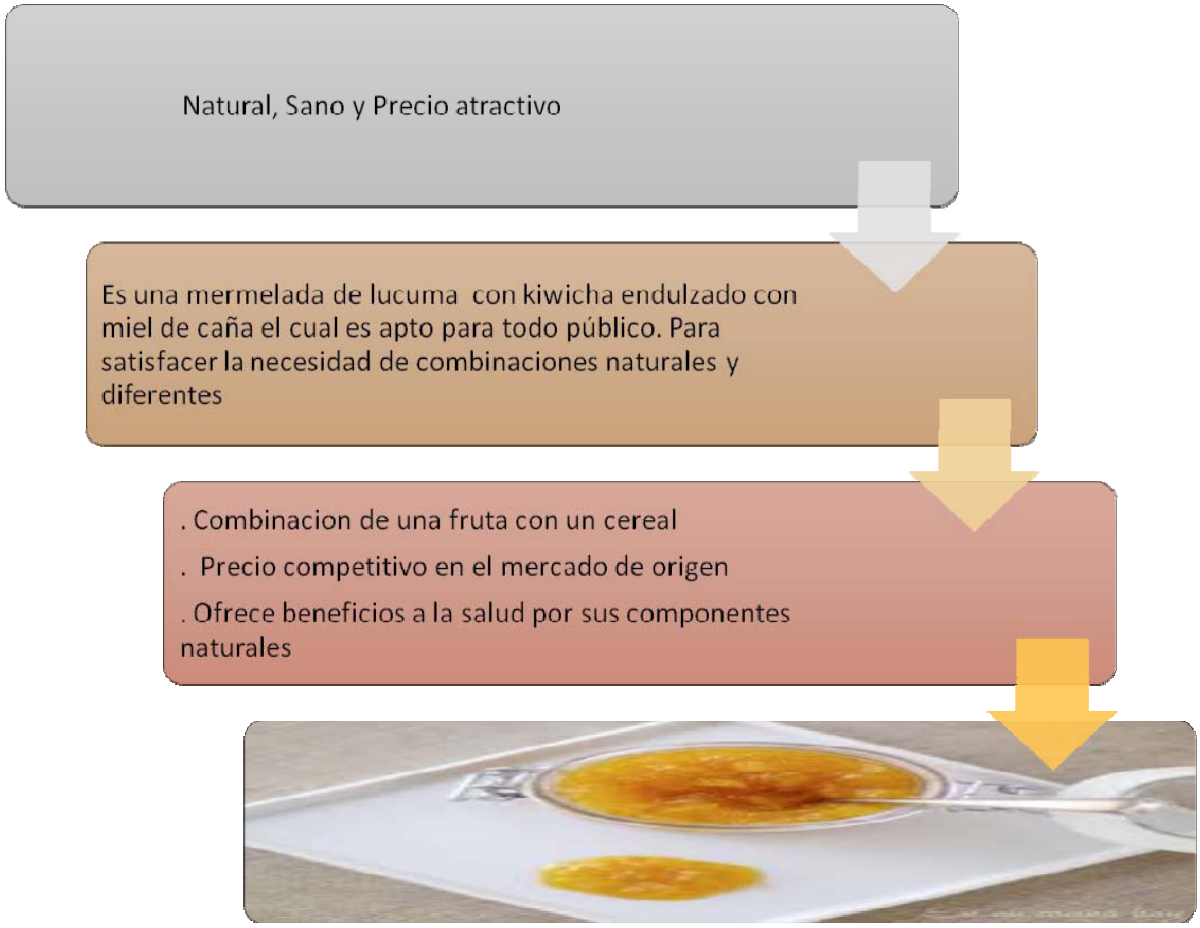


Figura 13: Modelo de Quick Sprout de la empresa Peruvian Company of Natural Jam S.A.C

Fuente: Elaboración Propia

3.1.3 Ficha técnica comercial

Se indica la ficha técnica comercial del insumo principal el cual es la lúcuma obtenido del Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior.

AGRO

Lúcuma

NOMBRE COMERCIAL

Pouteria lucuma, lúcuma lúcuma, lucma (Perú), logma, lúcuma (Ecuador), lúcumo, mamón (Costa Rica).

Partida	Descripción
1106302000	DE LÚCUMA (LÚCUMA OBOVATA)
0811909000	DEMAS FRUTAS Y OTROS FRUTOS,SIN COCER O COCIDOS EN AGUA O VAPOR,S/AZUC.O EDULC.CONGEL
2008999000	DEMAS FRUTAS/FRUTOS Y DEMAS PART. COMESTIB. DE PLANTAS, PREP. O CONSERV. DE OTRO MODO
1106309010	HARINA, SEMOLA Y POLVO DE LÚCUMA
0813400000	LAS DEMAS FRUTAS U OTROS FRUTOS SECOS
0810909000	LOS DEMAS FRUTAS U OTROS FRUTOS FRESCOS
0811909300	LÚCUMA (LÚCUMA OBOVATA)

ESPECIES Y VARIEDADES

En nuestro país se distinguen dos tipos de lúcuma: "Lúcuma de Seda" y "Lúcuma de Palo". El primero corresponde a los frutos de lúcuma que al madurar presentan textura suave. En caso contrario, los frutos son llamados como el segundo tipo.

ZONAS DE PRODUCCIÓN

Los valles de Cañete, Huaral, Huacho y Chincha son los que actualmente están produciendo la lúcuma de mejor calidad en el Perú, utilizando tecnología adecuada para producir frutos de alta calidad, con fines de exportación.

ORIGEN

Zona andina de Sudamérica, en territorios que corresponden a Perú y Ecuador.

PRINCIPALES MERCADOS

Mercado	%Var 13-12	%Part. 13	FOB-13
Países Bajos	72%	36%	5,912.89
Federación Rusa	29%	27%	4,496.60
Estados Unidos	22%	10%	1,597.66
Reino Unido	-11%	9%	1,559.50
Canadá	8%	6%	1,065.39
Emiratos Árabes Unidos	906%	3%	458.64
Singapur	396%	2%	248.98
Francia	-89%	1%	205.33
España	-11%	1%	178.22
Otros Paises(15)	---	5%	787.99

VENTANA COMERCIAL

Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
			•	•	•	•					

PRECIOS FOB REFERENCIALES EN KILOGRAMOS (US$ / KGR)

	2016												2015											
	DIC	NOV	OCT	SEP	AGO	JUL	JUN	MAY	ABR	MAR	FEB	ENE	DIC	NOV	OCT	SEP	AGO	JUL	JUN	MAY	ABR	MAR	FEB	ENE
KG	3.46	5.78	2.87	8.55	9.03	6.08	2.30	2.04	2.07	2.12	2.11	2.48	3.39	7.96	6.55	8.09	5.81	1.53	1.64	1.79	1.95	2.33	2.68	3.04

Fuente: SUNAT

Figura 14: Ficha comercial de la lúcuma

Fuente: SIICEX

Según la figura anterior de SIICEX el precio FOB por kilogramo de la lúcuma ha ido en aumento con alzas y bajas en el transcurso del año 2016.

3.2 Investigación del mercado de objetivo:

Es el proceso que comprende la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información con la finalidad de mejorar la toma decisiones.

El objetivo es desarrollar un plan estratégico que posibilite el lanzamiento del producto. En nuestro caso y debido a que somos una empresa nueva nos permitirá conocer a los clientes, gustos, preferencias, entre otros aspectos para aumentar ventas y mantener la satisfacción del cliente y también encontrar el mejor mercado.

3.2.1 Segmentación de mercado objetivo:

Para realizar una adecuada segmentación del mercado objetivo se realizara un análisis de los 5 principales países importadores a nivel mundial de la mermelada.

3.2.1.1 Principales países importadores de mermelada en el mundo:

Entre los principales 5 importadores están Estados Unidos de América, Alemania, Francia, Reino Unido y Países Bajos de los últimos 5 años, donde el mayor importador es Estados Unidos lo cual se visualizara en el siguiente gráfico.

Tabla 19: Principales países importadores de mermelada a nivel mundial en valor total

Valor total importado// Dólar Americano Miles					
Importadores	**Valor Importado en 2012**	**Valor Importado en 2013**	**Valor Importado en 2014**	**Valor Importado en 2015**	**Valor Importado en 2016**
Estados Unidos	201.450	219.200	240.015	250.295	270.330
Alemania	191.010	220.942	227.811	202.421	203.313
Francia	189.654	213.365	210.049	181.697	185.830
Reino Unido	116.015	130.161	131.857	134.078	119.094
Países	74.667	116.647	134.503	132.297	112.117

Bajos					

Fuente: Trade Map

La tabla N° 20 el principal importador de mermelada en el mundo expresado en valor unitario por tonelada es Estados Unidos en los últimos cinco años según Trade Map.

Tabla 20: Principales países importadores de mermelada a nivel mundial en valor unitario por tonelada

Valor total importado// Dólar por Tonelada					
Importadores	**Valor Importado en 2012**	**Valor Importado en 2013**	**Valor Importado en 2014**	**Valor Importado en 2015**	**Valor Importado en 2016**
Estados Unidos	1.965	1.995	1.937	1.727	1.733
Alemania	2.419	2.550	2.693	2.321	2.234
Francia	2.037	2.190	2.212	1.899	1.946
Reino Unido	2.822	3.019	3.124	2.682	2.565
Países Bajos	2.178	2.134	2.270	2.281	2.007

Fuente: Trade Map

La tabla N° 21 indica que el principal país importador en el mundo de mermelada por tonelada es Estados Unidos.

Tabla 21: Principales países importadores de mermelada a nivel mundial por toneladas

Valor total importado expresado en toneladas					
Importadores	**Cantidad Importada en 2012**	**Cantidad Importada en 2013**	**Cantidad Importada en 2014**	**Cantidad Importada en 2015**	**Cantidad Importada en 2016**
Estados Unidos	109.728	115.556	128.865	148.657	164.411
Alemania	90.515	99.443	100.200	111.473	115.666

Francia	103.363	107.435	103.841	104.926	106.153
Reino Unido	57.849	60.444	56.348	67.527	60.969
Países Bajos	39.554	59.632	63.367	62.201	60.170

Fuente: Trade Map

3.2.1.2 Principales países exportadores de mermelada en el mundo:

Entre los principales 5 exportadores están Turquía, Francia, Italia, Alemania, Bélgica de los últimos 5 años, donde el mayor exportador es Turquía, lo cual se visualizará en el siguiente gráfico.

Tabla 22: Principales países exportadores de mermelada a nivel mundial en valor

Valor total exportado// Dólar Americano Miles					
Exportadores	**Valor Exportado en 2012**	**Valor Exportado en 2013**	**Valor Exportado en 2014**	**Valor Exportado en 2015**	**Valor Exportado en 2016**
Turquía	236.647	246.607	325.263	391.692	280.923
Francia	325.655	373.315	374.447	338.141	354.386
Italia	183.183	231.044	263.690	232.632	247.830
Alemania	237.465	250.002	243.382	204.184	211.621
Bélgica	189.605	234.636	213.272	165.798	177.467

Fuente: Trade Map

De igual forma, en la tabla N° 23 el principal exportador de mermelada en el mundo expresado en valor unitario por tonelada es Turquía en los últimos cinco años según Trade Map.

Tabla 23: Principales países exportadores de mermelada a nivel mundial en valor unitario por tonelada

Valor total exportado// Dólar por tonelada					
Exportadores	**Valor Exportado en 2012**	**Valor Exportado en 2013**	**Valor Exportado en 2014**	**Valor Exportado en 2015**	**Valor Exportado en 2016**
Turquía	4.387	4.185	5.345	6.676	5.044
Francia	3.872	4.043	4.112	3.601	3.731
Italia	1.787	1.794	2.015	1.767	1.934
Alemania	2.928	3.011	2.959	2.420	2.509
Bélgica	2.326	2.534	2.552	1.999	2.022

Fuente: Trade Map

La tabla N° 24 indica que el principal país exportador de mermelada por tonelada en el mundo es Turquía.

Tabla 24: Principales países exportadores de mermelada a nivel mundial por toneladas

Valor total exportado por toneladas					
Exportadores	**Cantidad Exportada en 2012**	**Cantidad Exportada en 2013**	**Cantidad Exportada en 2014**	**Cantidad Exportada en 2015**	**Cantidad Exportada en 2016**
Turquía	53.940	58.927	60.854	58.671	55.693
Francia	84.115	92.329	91.057	93.894	94.976
Italia	102.487	128.806	130.892	131.625	102.487
Alemania	81.091	83.038	82.257	84.366	84.350
Bélgica	81.499	92.602	83.572	82.931	87.789

Fuente: Trade Map

3.2.1.3 Principales países destino de las exportaciones peruanas de mermelada

Según la tabla N° 25, entre los 5 principales países destino de las exportaciones peruanas de mermelada en los últimos 5 años están Estados Unidos, Países Bajos, Bolivia, Francia y Chile.

Las exportaciones de Perú representan 0,1% de las exportaciones del mundo para la mermelada, siendo la posición 54 en las exportaciones mundiales según el Trade Map.

Tabla 25: Principales paises destino de las exportaciones peruanas de mermelada en valor total

Valor total exportado// Dólar Americano Miles					
Importadores	**Valor Exportado en 2012**	**Valor Exportado en 2013**	**Valor Exportado en 2014**	**Valor Exportado en 2015**	**Valor Exportado en 2016**
Estados Unidos	3.998	3.545	4.075	3.259	4.225
Países Bajos	246	930	1.473	363	605
Bolivia	343	441	240	182	210
Francia	343	441	240	182	210
Chile	1	9	40	10	37

Fuente: Trade Map

La tabla N° 26, el principal destino de las exportaciones de mermeladas peruanas en valor unitario por tonelada es Estados Unidos.

Tabla 26: Principales paises destino de las exportaciones peruanas de mermelada en valor unitario por tonelada

Valor total exportado// Dólar por tonelada					
Importadores	**Valor Exportado en 2012**	**Valor Exportado en 2013**	**Valor Exportado en 2014**	**Valor Exportado en 2015**	**Valor Exportado en 2016**

Estados Unidos	1.149	891	987	935	928
Países Bajos	1.242	1.232	1.009	971	1.338
Bolivia	1.706	1.526	1.655	1.857	1.795
Francia	4.313	12.500	6.000	2.000	1.500
Chile	-	3.000	1.818	2.500	4.625

Fuente: Trade Map

Según la tabla N° 27, el principal destino de las exportaciones del Perú de mermelada por tonelada es Estados Unidos en los últimos cinco años.

Tabla 27: Principales paises destino de las exportaciones peruanas de mermelada por tonelada

Valor total exportado por toneladas					
Importadores	**Cantidad Exportada en 2012**	**Cantidad Exportada en 2013**	**Cantidad Exportada en 2014**	**Cantidad Exportada en 2015**	**Cantidad Exportada en 2016**
Estados Unidos	3.479	3.977	4.129	3.484	4.554
Países Bajos	198	755	1.460	374	452
Bolivia	201	289	145	98	117
Francia	16	2	1	1	30
Chile	0	3	22	4	8

Fuente: Trade Map

3.2.1.4 Selección de mercado

Se tomaran en cuenta indicadores comerciales proporcionados por Trade Map de los 5 principales países importadores de mermelada del mundo.

Como se observa en la figura N° 15, Estados Unidos tiene la mayor tasa de crecimiento anual en cantidad y en valor, su participación en las importaciones mundiales es mayor y su arancel es menor el cual se convierte en 0% por el TLC Perú- Estados Unidos; debido a todo lo mencionado es escogido como el mercado destino de nuestras exportaciones.

Importadores	Indicadores comerciales									
	Valor importada en 2015 (miles de USD)	Saldo comercial 2015 (miles de USD)	Cantidad importada en 2015	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2011-2015 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2011-2015 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2014-2015 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)	Arancel equivalente ad valorem aplicado por el país (%)
Mundo	2.158.549	434.809	1.140.747	Toneladas	1.892	5	4	-8	100	
Estados Unidos de América	250.295	-148.045	146.600	Toneladas	1.707	8	11	4	11,6	3,5
Alemania	202.421	-43.543	95.072	Toneladas	2.129	4	5	-11	9,4	9,5
Francia	181.697	116.939	98.035	Toneladas	1.853	1	1	-13	8,4	9,5
Reino Unido	134.078	-107.394	49.956	Toneladas	2.684	6	6	2	6,2	9,5
Países Bajos	132.297	-17.520	57.786	Toneladas	2.289	21	24	-2	6,1	9,5

***F*igura 15:** Indicadores comerciales de los 5 principales paises importadores de mermelada del año 2015
Fuente: Trade Map

Según los indicadores comerciales de los cinco principales destino de las exportaciones peruanas de mermelada el país con mayores beneficios es Estados Unidos tal y como lo demuestra la figura N° 16.

Importadores	Indicadores comerciales												
	Valor exportada en 2015 (miles de USD)	Saldo comercial en 2015 (miles de USD)	Participación de las exportaciones para Perú (%)	Cantidad exportada en 2015	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento de los valores exportadas entre 2011-2015 (%, p.a.)	Tasa de crecimiento de las cantidades exportadas entre 2011-2015 (%, p.a.)	Tasa de crecimiento de los valores exportadas entre 2014-2015 (%, p.a.)	Posición relativa del país socio en las importaciones mundiales	Participación de los países socios en las importaciones mundiales (%)	Tasa de crecimiento de las importaciones totales del país socio entre 2011-2015 (%, p.a.)	Arancel medio (estimado) enfrentado por Perú
Mundo	3.906	-579	100	4.045	Toneladas	966	3	9	-34		100	5	
Estados Unidos de América	3.259	3.196	83,4	3.484	Toneladas	935	5	10	-20	1	11,6	8	0
Países Bajos	363	363	9,3	374	Toneladas	971	2	8	-75	5	6,1	21	3,4
Bolivia, Estado Plurinacional de	181	181	4,6	97	Toneladas	1.866	-6	-11	-13	81	0,1	9	0
Panamá	75	75	1,9	77	Toneladas	974			19	74	0,2	18	10
Colombia	11	-90	0,3	9	Toneladas	1.222				42	0,4	17	0

Figura 16: Indicadores comerciales de los 5 principales paises importadores de mermelada del año 2015

Fuente: Trade Map

3.2.1.5 Perfil del país elegido- Estados Unidos

Santander TradePortal indico que el consumidor estadounidense se muestra muy abierto a adquirir productos extranjeros y el suministro de productos es muy diverso. Dicho consumidor tiene diversos intereses y gustos.

Valoran la comodidad en casa, la alimentación y los coches. Sin embargo, la recesión ha cambiado el panorama económico y parece que ha modificado radicalmente el comportamiento de los numerosos consumidores de EE.UU., que ahora están aprendiendo a vivir con menos productos caros.

La población en cifras de Estados Unidos en el 2016
Población total: 323.995.528 Población urbana: 81,6% Población rural: 18,4% Densidad de la población: 35 hab./km² Población masculina (en %): 49,2% Población femenina (en %): 50,4% Crecimiento natural: 0,81% Edad media: 37,9 Orígenes étnicos: De acuerdo a la Oficina del Censo de Estados Unidos (U.S. Census Bureau), la mayoría de los estadounidenses son de origen europeo o de del Medio Oriente, representando a más del 77% de la población. Además, más del 17% de la población tiene raíces hispanas o latinas, 13% son afroamericanos, y alrededor del 5% son asiáticos. Los Nativos Americanos y Nativos de Alaska constituyen alrededor del 1% de la población, y los Nativos de Hawaii y otras islas del Pacífico representan al 0,2% de la población.

Figura 17: La población de Estados Unidos del 2016

Fuente: Santander TradePortal- Central Intelligence Agency

Elaboración propia

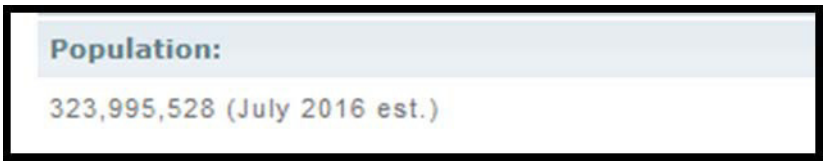


Figura 18: La población de Estados Unidos del 2016

Fuente: Central Intelligence Agency

GDP - per capita (PPP):
$57,300 (2016 est.)
$56,800 (2015 est.)
$55,800 (2014 est.)
note: data are in 2016 dollars

Figura 19: PBI Per Cápita en Miles de Dólares de Estados Unidos del 2016

Fuente: Central Intelligence Agency

Composición del PBI
Consumo de los hogares: 68,6%
Consumo del gobierno: 17,7%
Inversión en capital fijo: 15,9%
Inversión en inventarios: 0,5%
Exportaciones de bienes y servicios: 12%
Importaciones de bienes y servicios: -14,7% (2016 est.)

Figura 20: Composición del PBI

Fuente: Central Intelligence Agency

Elaboración propia

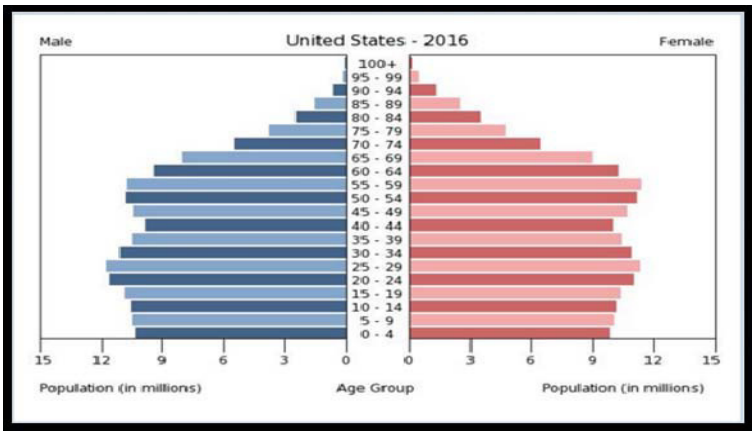


Figura 21: Población de Estados Unidos por edad y sexo del 2016

Fuente: Central Intelligence Agency

Edad de la población

	Esperanza de vida en años
Hombre:	77,7
Mujer:	82,1

Figura 22: Esperanza de vida de los estadounidenses expresada en años del 2016

Fuente: Santander TradePortal

Age structure:

0-14 years: 18.84% (male 31,182,660/female 29,854,687)

15-24 years: 13.46% (male 22,360,342/female 21,252,215)

25-54 years: 39.6% (male 64,170,791/female 64,135,619)

55-64 years: 12.85% (male 20,081,837/female 21,536,994)

65 years and over: 15.25% (male 21,895,128/female 27,525,255) (2016 est.)

Figura 23: Distribución de la población de Estados Unidos por edades en % del 2016

Fuente: Central Intelligence Agency

Composición de los hogares

Edad media del jefe de familia	45,0 años
Número total de hogares (en millones)	116,7
Tamaño promedio de los hogares	2,6 personas
Porcentaje de hogares de 1 persona	26,7%
Porcentaje de hogares de 2 personas	32,8%
Porcentaje de hogares de 3 a 4 personas	29,5%
Porcentaje de hogares de más de 5 personas	11,0%

Figura 24: Composición de los hogares estadounidenses del 2016

Fuente: Santander TradePortal

Indicadores de crecimiento	2013	2014	2015	2016	2017 (e)
PIB *(miles de millones de USD)*	16.691,50	17.393,10	18.036,65	18.561,93e	19.377,20
PIB *(crecimiento anual en %, precio constante)*	1,7	2,4	2,6	1,6e	2,2
PIB per cápita *(USD)*	52.705	54.502	56.084	57.294e	59.407
Saldo de la hacienda pública *(en % del PIB)*	-4,3	-3,9	-3,3	-3,9e	-3,7
Endeudamiento del Estado *(en % del PIB)*	104,6	104,6	105,2	108,2e	108,4
Tasa de inflación *(%)*	1,5	1,6	0,1	1,2e	2,3
Tasa de paro *(% de la población activa)*	7,4	6,2	5,3	4,9	4,8
Balanza de transacciones corrientes *(miles de millones de USD)*	-366,42	-392,06	462,97	-469,38e	-518,52
Balanza de transacciones corrientes *(en % del PIB)*	-2,2	-2,3	-2,6	-2,5e	-2,7

Fuente: IMF – World Economic Outlook Database, 2016

Nota: (e) Datos estimados

Figura 25: Indicadores de crecimiento de Estados Unidos entre los años 2013-2017

Fuente: Santander TradePortal

Sistema de cambio de monedas

La moneda local	Dólar estadounidense (USD)
Régimen de cambio de monedas	No hay control en el cambio de divisas. La conversión de divisas es gratis, así como el derecho a hacer transferencias de ganancias y capital, sin límite o período de tiempo en el que lo anterior mencionado tenga que permanecer dentro del Estado.
Nivel de inestabilidad de la moneda	Baja
Tipo de cambio 29/01/2017:	1 USD = 0.9348 EUR, 1 EUR = 1.0698 USD

Figura 26: Sistema de cambio de monedas (dólar) al 29/01/2017

Fuente: Santander TradePortal

3.2.1.6 Segmentación a Nivel de Micro-entorno

Después de haber definido el país hacia donde irán dirigidas las exportaciones de la empresa, se procederá a definir el estado en base a las siguientes figuras

Con la finalidad de escoger el mejor Estado se ha realizado una matriz comparativa entre Nueva York, Los Ángeles y Chicago.

Indicadores	Nivel de Importancia (%)	Los Angeles	Calificación (1-5)	Puntaje	Chicago	Calificación (1-5)	Puntaje	Nueva York	Calificación (1-5)	Puntaje
Población	0.15	17,718,868	5	0.75	9,655,015	2	0.3	19,745, 289	4	0.6
PBI	0.3	860,452	3	0.9	563, 188	2	0.6	1,433,531	5	1.5
PBI per capita	0.3	65,082	2	0.6	58,861	2	0.6	72,416	4	1.2
Supermercados	0.1	Si existen en gran medida	4	0.4	Si existen en menor medida	3	0.3	Si existen en gran medida	3	0.3
Acceso a Puertos	0.15	En el puerto de los Angeles se genera el 80% del comercio de EE.UU	5	0.75	El puerto de Chicago compone varias instalaciones portuarias	2	0.3	El puerto Nueva York/Nueva Jersey es el mayor complejo portuario de la Costa Este de Norteamerica	4	0.6
Total	1			3.4			2.1			4.2

***F*igura 27:** Matriz por Estado de los Estados Unidos

Fuente: BBC Mundo – Datos Macro

Elaboración Propia

States | Counties | Cities

State	Population, 2016	Pop. per sq. mi., 2016
California	39,250,017	251.9
Texas	27,862,596	106.7
Florida	20,612,439	384.3
New York	19,745,289	419.0
Illinois	12,801,539	230.6
Pennsylvania	12,784,227	285.7
Ohio	11,614,373	284.2
Georgia	10,310,371	179.0
North Carolina	10,146,788	208.7
Michigan	9,928,300	175.6

Figura 28: Estados de Estados Unidos con mayor población del 2016

Fuente: United States Census Bureau

Según el diario Expansión, Nueva York tiene una superficie de 141.297 Km2 siendo un estado mediano comparado con los demás, pero tienen una población de 19, 745, 289 habitantes siendo el 4° estado en cuanto a población.

Tiene una tasa de desempleo del 4,4% de la población activa, la cual es una tasa inferior a la nacional ubicándose en el puesto 24° del ranking de desempleo.

El PBI de Nueva York es de $ 1.433.531 millones, lo cual lo convierte en la 3ªeconomía de Estados Unidos por dicho volumen.

El PBI per cápita es un buen indicador, siendo el de New York de $ 72.416, frente a los 57.761$ de PBI per cápita de Estados Unidos en el 2016. Dicha cifra lo ubica en el 1º puesto en el ranking de PBI Per cápita de todos los estados.

Por causa de sus instalaciones portuarias el puerto de Nueva York y Nueva Jersey es el segundo puerto de contenedores del país, siempre ha implicado la actividad comercial del puerto de la ciudad de Nueva York.

De todo lo explicado, se escogió al Estado de Nueva York como el mercado destino de nuestra exportación de mermelada.

3.2.2 Tendencias de consumo

3.2.2.1 Comportamiento del consumidor

La crisis mundial aumentó la sensibilidad hacia los precios de los consumidores estadounidenses, incluso cambiaron sus marcas preferidas por marcas menos caras.

Los consumidores de Estados Unidos son muy conscientes del medio ambiente al momento de tomar las decisiones de compra.

3.2.2.2 Gastos de consumo

El poder adquisitivo de Estados Unidos entre los años del 2012-2016 se muestra a continuación.

Paridad del poder adquisitivo	2012	2013	2014	2015	2016
Paridad del poder adquisitivo *(Unidad monetaria local por USD)*	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

Fuente: IMF - World Economic Outlook Database, 2015

Definición: La paridad de poder adquisitivo es el número de unidades de moneda de un país requeridas para comprar las mismas cantidades de bienes y servicios en el mercado interior que los USD comprarían en los Estados Unidos.

Nota: (e) Datos estimados

Figura 29: Paridad del poder adquisitivo entre el 212-2016

Fuente: Santander TradePortal

3.2.2.3 Gastos de consumo de los hogares

Los gastos de consumo por hogares en los Estados Unidos del entre los años del 2013-2015 han ido en aumento.

Gastos de consumo de los hogares	2013	2014	2015
Gastos de consumo de los hogares *(Millones de USD, precio constante de 2000)*	10.740.009	11.048.479	11.400.068
Gastos de consumo de los hogares *(crecimiento anual, %)*	1,5	2,9	3,2
Gastos de consumo de los hogares per capita *(USD, precio constante de 2000)*	33.941	34.645	35.468
Gastos de consumo de los hogares *(% of GDP)*	68,1	68,2	68,1

Fuente: World Bank, 2015

Figura 30: Gastos de consumo de los hogares en Estados Unidos entre 2013-2015

Fuente: Santander TradePortal

El diario Gestión indico que Estados Unidos brinda grandes oportunidades para las exportaciones de mermeladas según un reciente estudio publicado por la consultora especializada Euromonitor International, lo cual manifestó que:

La oferta peruana de mermeladas y purés está concentrada, en mayor parte de uva y fresa ocupan cerca del 85% de la producción.

Sin embargo en los últimos años se está empezando a exportar sabores auténticos como cocona, camu camu y aguaymanto, los cuales tienen gran

acogida entre los consumidores estadounidenses. Debido a su sabor novedoso y al creciente interés por consumir productos elaborados por ingredientes naturales que aporten beneficios a la salud.

Según datos de la Comisión de Comercio Internacional de Estados Unidos (USITC) las importaciones de mermeladas al mercado estadounidense experimentaron un incremento de 3.1% en el 2015 respecto al año anterior, hasta alcanzar ventas de más de US$ 242 millones. El consumo per cápita es de 4.4 libras (aprox. 20 kg)

Food Navigator, calcula que en promedio los niños norteamericanos comen cerca de 1,500 sándwich de algún tipo de mermelada antes de graduarse de la escuela secundaria y que compran dos sabores para tener en casa.

Según la Encyclopedia of American Industries, destaca que entre la población infantil y juvenil se está experimentado también un importante aumento del consumo de mermelada, siendo las ventas más fuertes en este sector en la estación de otoño, la cual es justo la época en donde los estudiantes regresan al colegio para disfrutarlo a la hora del desayuno.

Por todo lo mencionado; se optó por una mermelada de 2 sabores distintos lo cual conlleva aun ahorro en el momento de compra, a degustar sabores variados e innovadores, lo cual es atrayente para el bróker, ya que brindan un producto autentico.

Cabe mencionar ello, porque la empresa venderá al bróker directamente para que este lo venda y luego se comercialice en el mercado destino.

3.3 Análisis de la oferta y la demanda

Se realizara un análisis cuantitativo de la oferta y la demanda de la lúcuma y kiwicha con el fin de encontrar el potencial existente para los siguientes años de exportaciones de mermelada con los insumos de lúcuma y kiwicha.

3.3.1 Análisis de la oferta

A continuación de indicará la oferta de la lúcuma y la kiwicha en el mercado peruano.

Lúcuma

Lucuma

Nombre científico ***Pouteria lucuma Kuntze.***
Scientific name

Cuenta la leyenda que una diosa andina se negaba al amor, hasta que un ser mitológico, disfrazado de mendigo, la conquistó con una fruta de lúcuma, que en la mitología inca representaba a la fertilidad. En los valles del norte, las semillas de lúcuma aparecen en las vasijas de barro, los instrumentos de alfarería y en las tumbas de los nobles. De intenso color amarillo anaranjado, el aroma y sabor de esta fruta la han convertido en el ingrediente preferido de la industria pastelera, los productos lácteos y la heladería de carácter *gourmet*. La lúcuma fundamenta su elevado potencial comercial en su sabor único, capaz de proyectarla como un insumo estrella en diversos usos de la industria alimenticia, sin contar con sus múltiples beneficios para la salud.

Story tells that an Andean goddess refused to feel love, until a mythological being dressed like a beggar seduced her with an lúcuma, which represents fertility in the Inca mythology. In the northern valleys, their seeds appear on clay basins and pottery instruments, as well as in noble's tombstones. Displaying an intense strong yellow color, its aroma and taste turned it into the preferred ingredient of the Pastry industry, dairy products and gourmet ice cream industry. The commercial potential of the lucuma is based on its unique flavor, capable to target other food industries as a star supply. All of this without taking into account its multiple health benefits.

Origen
Origin

Sudamericano. Se consume desde tiempos ancestrales por los aborígenes del Perú, Chile y Ecuador.

South America. Used since ancient times by aborigines of Peru, Chile and Ecuador.

Disponibilidad estacionaria
Seasonal availability

ENE FEB MAR ABR MAY JUN
JUL AGO SET OCT NOV DIC

Cosecha: se realiza del cuarto al quinto año y luego es anual.
Harvest: after four or five years and annual harvest after that.

Beneficios a la salud humana
Human Health Benefits

- Aporta carbohidratos, vitaminas y minerales a la dieta.
- Contiene beta-caroteno, un antioxidante que retarda el envejecimiento.
- Disminuye las posibilidades de ataques cardiacos.
- Previene la anemia y refuerza el sistema inmunológico.

- *Provides carbohydrates, vitamins, and minerals to the diet.*
- *Contains beta-carotene, an antioxidant that delays the aging process.*
- *Reduces the possibility of heart attacks.*
- *Prevents anemia and strengthens the immune system.*

Distribución geográfica
Geographical distribution

Cajamarca, Piura, La Libertad, Áncash, Pasco, Lima, Huancavelica, Ayacucho, Cusco, Moquegua

Valor nutricional
Nutritional Value

Componentes / *Components*	Pulpa fresca por 100 g *Fresh pulp per 100 g*	Harina por 100 g *Flour per 100 g*
Agua *Water*	72,5 g	9,3 g
Valor energético *Energy value*	99 cal	329 cal
Proteínas *Proteins*	1,5 g	4 g
Fibra *Fiber*	1,3 g	2,3 g
Lípidos *Lipids*	0,3 g	2,4 g
Cenizas *Ash*	0,7 g	2,3 g
Calcio *Calcium*	16 mg	92 mg
Fósforo *Phosphorus*	26 mg	186 mg
Fierro *Iron*	0,4 mg	4,6 mg
Caroteno *Carotene*	2,3 mg	0 mg
Tiamina *Thiamine*	0,01 mg	0,2 mg
Niacina *Niacin*	1,96 mg	-
Ácido ascórbico *Ascorbic acid*	2,2 mg	11,6 mg
Riboflavina *Riboflavin*	0,14 mg	0,3 mg

Principios activos: es una fruta rica en carbohidratos. Su color amarillo anaranjado se debe a la presencia del pigmento beta-caroteno, un poderoso antioxidante.

Active substances: Rich in carbohydrates. Its yellow-orange color is due to the presence of the beta –carotene pigment, a powerful antioxidant.

Presentaciones
Presentations

Extractos *Extracts*, Concentrados *Concentrates*, Cápsulas *Capsules*, Conservas *Canned foods*, Mermelada *Jam*, Repostería *Patisserie*, Snacks *Snacks*, Jugos *Juices*, Yogur *Yogurt*, Pulpa congelada *Frozen pulp*, Harina *Flour*

Figura 31: Oferta de la lúcuma en el Perú

Fuente: SIICEX

Figura 32: Oferta de la kiwicha en el Perú

Fuente:SIICEX

3.3.2 Análisis de la demanda

EE.UU. es el principal importador de mermelada a nivel mundial y el primer destino de las exportaciones peruanas.

Cabe mencionar que la mermelada es muy consumida en los desayunos, loncheras y restaurantes ya que es el principal componente de los desayunos americanos.

Tabla 28: Oferta de la kiwicha en el Perú

DEMANDA EN EL MERCADO DE NEW YORK DEL 2016			
Demanda Potencial:	**%**	**2016**	**Unidad**
Población total del país	100.00%	323,995,528	Personas
Población de New York	6.10%	19,745,289	Personas
Demanda Disponible:			
Segmento personas de 15-69 años	70.07%	13,835,524	Personas
% de desempleo	4.40%	868,792	Personas
Población económicamente activa	51.70%	10,610,894	Personas
Ingreso per cápita		$ 72,416	dólares
Demanda Efectiva:			
Consumo de mermelada en EE.UU	100%	164,411,000	Kg
Consumo de mermelada en New York	34.4%	56,557,384	Kg
Consumo per cápita anual por kilos	1	565,574	Personas
Demanda objetiva:			
Participación del mercado	3.7245%	21,065	Kg
Envases de 450 gramos	0.35	73,728	Frascos

Fuente: Central Intelligence Agency y Santander TradePortal
Elaboración Propia

A continuación, se realizará la proyección de la demanda en base a la producción de Lúcuma en el Perú.

Tabla 29: Producción de Lúcuma desde el 2009- 2015 y su proyección desde el 2016- 2021

Mes	Ventas	Pronostico
2009	12,069	
2010	12,498	
2011	12,793	
2012	13,776	
2013	14,415	
2014	15,553	
2015	14,818	
2016		15,986
2017		16,557
2018		17,127
2019		17,698
2020		18,269
2021		18,839

Fuente: MINAGRI
Elaboración Propia

Tabla 30: Demanda del 2018 y proyección de la demanda desde el 2019-2022

Proyección de Demanda	2018	2019	2020	2021	2022
Crecimiento con referencia a la producción de lúcuma		**3.34%**	**3.34%**	**3.34%**	**3.34%**
Frascos de 450 gramos	73,728	76,191	78,735	81,365	84,083
Aumento de ventas por año		2,463	2,545	2,629.76	2,717.59

Elaboración Propia

Según la tabla N° 30, las ventas de la mermelada de lúcuma con kiwicha endulzado con miel de caña irán en aumento en los próximos años.

3.4 Estrategias de ventas y distribución:

Las estrategias de ventas y distribución serán detalladas en los siguientes sub capítulos.

3.4.1 Estrategias de segmentación:

Las estrategias de segmentación del mercado se realizaran en base a los siguientes criterios:

- ✓ **Geográfica:** Relacionada a la región, densidad, clima y tasa de crecimiento de la población. Basado en nuestro análisis previo el estado escogido es New York.

- ✓ **Demográfica:** Edad, genero, educación, ocupación, religión, ingreso y estatus familiar. Para la empresa la población escogida es de 15-69 años del sexo femenino y masculino del sector A, B y C.

- ✓ **Psicográfica:** Valores, actitudes, opiniones, intereses, actividades y estilos de vida de la población. Para nosotros fue seleccionada la población que prefiere productos sanos, saludables e innovadores en el mercado.

- ✓ **Por comportamiento:** Nivel y patrones de utilización de productos, sensibilidad de precio, lealtad hacia una marca y búsqueda de beneficios y ofertas. En la empresa el precio oscila entre los rangos de precios del mercado americano y que busquen beneficios en variedad y sabores.

3.4.2 Estrategias de posicionamiento:

La diferenciación de la mermelada es un factor importante para un adecuado posicionamiento de la empresa. Entre los tipos de estrategias que se encuentran son:

Basados en los atributos, se centra en otorgarle un atributo diferenciador, siendo el nuestro la combinación de una fruta exótica como la lúcuma y un cereal andino como la kiwicha.

Basado en los beneficios, destaca los beneficios del producto. El nuestro es el valor nutricional y el sabor de la lúcuma y kiwicha.

Basado en la competencia, explota las ventajas competitivas y los atributos del producto, comparándolas con los competidores. Mencionado lo previamente explicado.

Basado en la calidad y el precio, el cual indica que nuestro producto cumple con los estándares solicitados en cuanto a calidad acompañado de un precio justo y accesible para el mercado.

Basado en el estilo de vida, centrado en los intereses y actitudes del consumidor según su estilo de vida. Hoy en día la tendencia del consumo es creciente hacia productos naturales y saludables; por lo indicado aparte de sus componentes naturales es endulzado con miel de caña brindando un valor adicional.

3.4.3 Estrategias de distribución:

Basadas en la cobertura que se le debe dar a la distribución de acuerdo al número de intermediarios.

3.4.3.1 Distribución intensiva:

Busca un número mayor de puntos de venta posibles con el fin de asegurar la máxima cobertura posible.

3.4.3.2 Distribución selectiva:

Dirigido a un menor número de intermediarios disponible, quiere decir que solo algunos venden el producto.

3.4.3.3 Distribución exclusiva:

Solo un distribuidor posee el derecho de vender la marca y se compromete a no vender marcas competitivas en la misma categoría.

Según lo mencionado la empresa usara la distribución intensiva, con el fin de contar con diferentes intermediarios que ayuden con la adecuada distribución del producto.

También se tomara en cuenta las 4P del marketing, las cuales serán definidas para nuestro producto a continuación:

Producto: Es la mermelada de lúcuma con kiwicha endulzada con miel de caña.

Precio: Existen precio por diferenciación y por bajo costo. La empresa opta por el precio de diferenciación debido a que es un producto innovador y en base a nuestros costos, margen de ganancia, entre otros factores.

Plaza: Para nuestro producto es Estados Unidos, en específico el estado de Nueva York.

Promoción: Algunos son: ferias, pagina web, plataformas virtuales entre otros.

3.5 Estrategias de promoción:

Las estrategias de promoción que la empresa usara son:

- ✓ Ferias internacionales
- ✓ Plataformas virtuales
- ✓ Página web
- ✓ Campañas por redes sociales
- ✓ Campañas por correo electrónico
- ✓ Exposiciones comerciales

3.6 Tamaño de la planta. Factores condicionantes:

La empresa maquiladora es Tecnología y Procesos Alimentarios S.A (su marca es Cosecha de Oro) y son una empresa dedicada al desarrollo innovador de productos y soluciones alimenticias para consumo final y como ingredientes en el sector de restaurantes, hoteles y empresas de catering.

Y su misión es ser líder y permanecer en el tiempo como la empresa de procesamiento y comercialización de alimentos de alta calidad, de mayor aceptación y confiabilidad, basados en una gestión ética y eficiente que asegure la sostenibilidad de nuestro negocio en el largo plazo.

La visión es satisfacer de manera confiable las necesidades alimenticias de nuestros clientes, en presentaciones y formatos adecuados a sus necesidades, desarrollando nuestra empresa en un ambiente de permanente innovación.

Además es una empresa con responsabilidad social y ambiental ya que se centra en la siguiente forma: económica, social, desarrollo y conservación del medio

ambiente. Cabe mencionar que ofrece servicios de maquila que cubren desde los insumos hasta entregar el producto terminado.

Según el trato con la maquila, ellos elaboraran el producto y se firmara un acuerdo de confidencialidad con nosotros en el cual se compromete a entregarnos la preparación y la cantidad exacta de los ingredientes para la elaboración de la mermelada y no entregarla a ningún tercero con la finalidad que nadie pueda obtener nuestro producto ni algo similar o parecido.

El tiempo de entrega es de 15 días y lo entregan embalado y listo para el proceso de exportación.

4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

La logística es vital para la empresa, ya que nos ayuda a brindar un buen servicio al cliente minimizando costos y logrando un uso eficaz y responsable de los insumos. Algunas actividades que derivan son:

- ✓ Garantiza eficiencia en la producción
- ✓ Incrementa la competitividad y mejora la rentabilidad de la empresa
- ✓ Optimiza la gestión logística nacional e internacional
- ✓ Coordina los factores que influyen en la compra como: empaque, distribución, insumos, transporte, etc.

La logística va relacionada a la distribución porque logra el mecanismo de distribución más óptima para que el producto llegue al cliente como si recién se hubiera fabricado y en el tiempo estimado estipulado contribuyendo a que el cliente nos prefiera sobre la competencia.

4.1 Envases, empaques y embalajes:

4.1.1 Envases:

El envase a usar para la mermelada de lúcuma con kiwicha endulzado con miel de caña es un frasco cuadrado de vidrio con capacidad de 350 gr de contenido más el peso del vidrio es de 100 gr dando un total de 450 gr por envase.

Se optó por el vidrio porque es más higiénico, no interfiere con el sabor y olor del producto, transparente, no tiene interacción química, resistente a la agresión de sustancias y no degrada el medio ambiente; lo que lo convierte idóneo para productos como mermeladas, jaleas, etc.

Fue escogido el envase también porque el mercado destino de la mermelada en Estados Unidos prefiere vidrio por conservar las propiedades organolépticas del producto, y porque lo solicito el bróker de New York ya que es dirigido para supermercados y restaurantes para ser adquirido por el consumidor final.

A causa de que el envase puede ser reciclado contara con el marcado respectivo. A continuación la imagen del producto y del marcado.

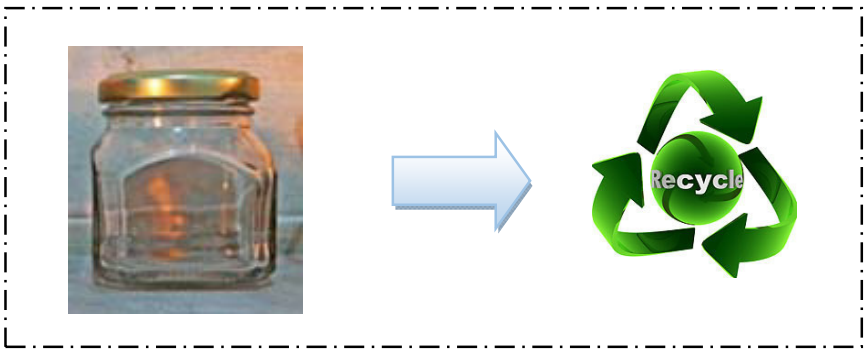


Figura 33: Imagen del Envase de Vidrio

Fuente: EBArtisan

4.1.2 Empaque:

El empaque a usar es cartón corrugado simple para la protección de imprevistos que se presenten en el proceso de exportación para permitir mantener el producto en buenas condiciones; además contara con separadores de cartón corrugado que serán colocados dentro de la caja para mayor protección.

Contendrá 12 frascos de mermelada de 350 gramos donde el peso de la caja es de 150 gramos y sus medidas son: 30 cm x 22.50 cm x 13.50 cm.

Figura 34: Caja de Cartón Corrugado con Separadores

Fuente: PRODECAR

4.1.3 Embalajes:

Es un recipiente o envoltura que contiene productos de manera temporal con la finalidad de agrupar productos para su manipulación, transporte y almacenaje.

Es usado para la conservación de los envases y por ende del producto, así como también para facilitar la manipulación durante distribución física nacional y/o internacional.

Algunas de sus funciones son:

- ✓ Facilita el manipuleo durante la carga y descarga
- ✓ Evita la contaminación externa de olores y/o residuos externos
- ✓ Ayuda al apilamiento de la mercadería
- ✓ Mejora la capacidad de impacto y vibración de la mercadería

- ✓ Conservar los atributos del producto
- ✓ Debe ser práctico para armarse, llenarse y cerrarse de manera fácil

Peruvian Company of Natural Jam S.A.C utilizará como empaque una caja de cartón de doble corrugado para permitir la adecuada protección del producto. El peso de la caja es de 500 gramos. Cada embalaje contiene 8 cajas de 12 unidades de mermelada.

Las medidas del embalaje son:

Medidas:

Área del Embalaje 60 cm x 45 cm

---------- = ---------- = 4 cajas por cama

Área del empaque 30cm x 22.50cm

Alto del embalaje 27cm

---------- = --------- = 2 cajas

Área del empaque 13.5cm

4 x 2= 8 cajas de cartón corrugado (empaque) por cada caja de cartón de doble corrugado (embalaje).

4.2 Diseño del rotulado y marcado:

El diseño y marcado de las cajas deben ser el indicado para exportar a Estados Unidos.

4.2.1 Diseño del rotulado:

Abarca el diseño del rotulado y del marcado de las cajas.

4.2.1.1 Rotulado del producto:

La etiqueta del producto es vital para garantizar información completa del contenido y su composición a los consumidores. Ofrece además información con respecto al origen, características y producción del producto.

Como se exportará a EE.UU, sus regulaciones de importación de alimentos se rigen bajo diferentes organismos. Las siguientes son las principales agencias federales involucradas en la importación de alimentos

- ✓ **La Environmental Protection Agency (EPA):**

  Encargada de reglamentar las leyes ambientales aprobadas por el Congreso de Estados Unidos. Para alimentos, determina el nivel de tolerancia o límites máximos de residuos de plaguicidas y otros contaminantes presentes.

  Hay que indicar que la EPA no inspecciona los alimentos, es tarea de FDA verificar el cumplimiento de los niveles de tolerancia de contaminantes establecidos por la EPA.

- ✓ **La Food and Drugs Administration (FDA), pertenece al Department of Health and Human Services (HHS):**

  Protege la salud pública, asegura la inocuidad, seguridad y eficacia de medicamentos para uso humano y animal, productos biológicos, alimentos suplementos alimenticios, medicamentos, equipos médicos todo lo mencionado para uso humano y veterinario, y cosméticos.

- ✓ **El Animal and Plant Health Inspection Service (APHIS), que pertenece al United States Department of Agriculture (USDA):**

  Encargada de proteger y promover la sanidad agropecuaria, inspeccionar los productos vegetales frescos y animales vivos para controlar la propagación de plagas. Controla la admisibilidad de los productos y la contraparte

estadounidense en los protocolos zoosanitarios y fitosanitarios que permiten el ingreso de los productos de los países de origen previo cumplimiento de los tratamientos cuarentenarios y demás requisitos que se establezcan en los protocolos.

- ✓ **El Food Safety and Inspection Service (FSIS), que pertenece al United States Department of Agriculture (USDA):**

  Agencia de salud pública que garantiza la oferta comercial de todos los productos que contengan más de 2% de carne cocinada o más de 3% de carne cruda que incluye: carne de ovino, caprino, vacuno, porcino y equino; aves de corral (pollos, pavos, patos, ocas y gallinas pintadas); así como huevos y sus productos derivados, sean seguros y aptos para el consumo humano y estén correctamente etiquetados y empaquetados.

- ✓ **El Alcohol and Tobacco Trade And Tax Bureau (TTB), que pertenece al United States Department of the Treasury:**

  Recolecta impuestos al consumo de bebidas alcohólicas, asegurándose que estos productos estén correctamente etiquetados, anunciados y comercializados de acuerdo con las leyes federales de los Estados Unidos.

Los requisitos mencionados por SIICEX para exportar productos agrícolas y agroindustriales son:

4.2.1.1 .1 Ley contra el bioterrorismo:

La Public Health Security and Bioterrorism Preparedness and Response Act of 2002 (Ley contra el Bioterrorismo) su objetivo es reforzar la seguridad en los Estados Unidos frente a la amenaza de bioterrorismo. Por ello, se debe definir

que el bioterrorismo es el empleo criminal de microorganismos patógenos y otros contaminantes adicionados intencionalmente a los alimentos, ingreso de material biológico, u otro tipo de material que atente contra la salud y vida de las personas.

- ✓ Registro de instalaciones alimentarias (food facility registration) :

  Las instalaciones nacionales e internacionales que se manufacturen, procesen, empaqueten, distribuyan, reciban o mantengan alimentos para consume humano o animal en los Estados Unidos deben registrarse en la FDA.

- ✓ Notificación previa de alimentos importados (prior notice):

  Se comunica por adelantado información sobre cada embarque de alimentos que desee ingresar al territorio de los Estados Unidos.

- ✓ Establecimiento y mantenimiento de registros:

  Las personas que estén presenten en todo el proceso de elaboración deberán crear y mantener los registros que determine la FDA como necesarios para identificar la fuente de origen y el destinatario de los productos.

- ✓ Detención administrativa:

  FDA está autorizada a detener de manera inmediata alimentos cuando considere que existe evidencia o información creíble de que los alimentos constituyen una amenaza seria a la salud o la vida de las personas o animales.

4.2.1.1.2 Registro de instalaciones alimentarias (food facility registration):

La fábrica que elabore por completo los productos para consumo humano o animal que se consumirán en los Estados Unidos deberá registrarse ante la FDA. El registro se realiza por única vez; no obstante, en caso de que haya algún cambio en la información requerida para el registro de su instalación, este deberá actualizarse, y son de forma gratuita en www.access.fda.gov. La confirmación es inmediata y se envía por correo electrónico.

4.2.1.1.3 Norma cool (country of origin labeling):

Food Safety and Inspection Service (FSIS) del USDA aprobó la norma COOL, que indica que minoristas que comercializan frutas y hortalizas frescas y congeladas, con una facturación mínima de US$ 230,000 al año deben etiquetar dichos productos en la venta minorista indicando el país de origen. Entró en vigor el 30 de setiembre del 2008. Están excluidos los ingredientes de los alimentos procesados, aquellos productos incluidos pero que están curados, cocinados o ahumados. Asimismo, están excluidos los establecimientos de alimentación, restaurantes, bares, cafeterías, etc.

Cabe mencionar que la ley exige que cada alimento elaborado contenga un doble etiquetado que es el etiquetado general (general food labeling) y etiquetado nutricional (nutrition facts), código de barras con datos del producto.

El etiquetado según SIICEX debe tener:

- Declaración de identidad, nombre común o usual del alimento (naturaleza del producto);
- Marca o logo del producto;
- Declaración exacta del contenido neto (peso, volumen);
- Nombre y lugar del establecimiento del fabricante, envasador o distribuidor, exportador;
- País de origen;
- Si fuera elaborado con dos o más ingredientes, se deberá detallar la lista completa de los ingredientes, enumerados por su nombre común o usual y en orden decreciente a la cantidad presente en el producto.

Figura 35: Etiquetado General

Fuente: SIICEX

- Calorías totales (total calories)
- Calorías de grasas (calories from fat)
- Calorías de grasas saturadas (calories from saturated fat)
- Grasa total (total fat)
- Grasas saturadas (saturated fat)
- Grasas polisaturadas (polysaturated fat)
- Grasas monosaturadas (monosaturated fat)
- Colesterol (cholesterol)
- Sodio (sodium)
- Potasio (potassium).
- Carbohidratos totales (total carbohydrate)
- Fibra dietética (dietary fiber)
- Fibra soluble (soluble fiber)
- Fibra insoluble (insoluble fiber)
- Azúcares (sugars)
- Alcohol proveniente de azúcares (sugar alcohol)
- Otros carbohidratos (other carbohydrate)
- Proteína (protein)
- Vitamina A (vitamin A).
- Porcentaje de vitamina A presente como betacaroteno (percent of vitamin A present as betacarotene)
- Vitamina C (vitamin C)
- Calcio (calcium)
- Hierro (iron)

Otras vitaminas y minerales esenciales (other essential vitamins and minerals).

Figura 36: Etiquetado Nutricional

Fuente: SIICEX

En Perú, las tres las autoridades encargadas de inocuidad de los alimentos cuyas competencias están definidas en la "Ley de Inocuidad de los Alimentos (D. Leg. Nº 1062)", publicada en junio del 2008 son detallas a continuación.

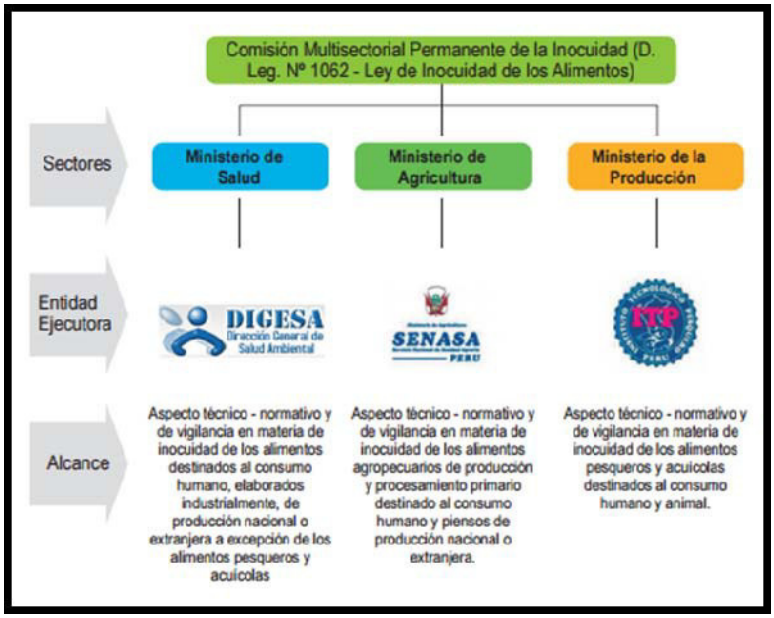


Figura 37: Ministerios Encargados de la Inocuidad de los Alimentos en Perú

Fuente: SIICEX

100% NATURAL

HEALTHY

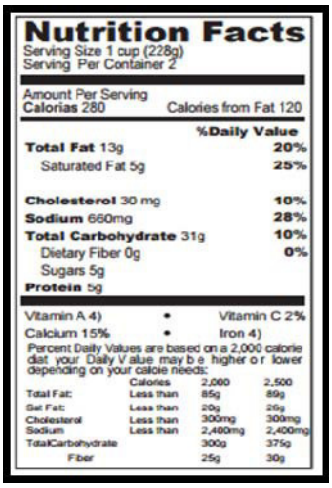
The jam made in Peru.

RUC: 2072316851696

Figura 38: Presentación del Producto

Fuente: Elaboración Propia

Se muestra un modelo de la etiqueta nutricional en base a la normativa de la FDA de los Estados Unidos.



Nutrition Facts
Serving Size 1 cup (228g)
Serving Per Container 2

Amount Per Serving
Calorias 280 — Calories from Fat 120

	%Daily Value
Total Fat 13g	20%
Saturated Fat 5g	25%
Cholesterol 30 mg	10%
Sodium 660mg	28%
Total Carbohydrate 31g	10%
Dietary Fiber 0g	0%
Sugars 5g	
Protein 5g	

Vitamin A 4) • Vitamin C 2%
Calcium 15% • Iron 4)

Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet your Daily V alue may b e higher o r lower depending on your calcie needs:

	Calories	2,000	2,500
Total Fat:	Less than	85g	89g
Sat Fat:	Less than	20g	26g
Cholesterol	Less than	300mg	300mg
Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg
TotalCarbohydrate		300g	375g
Fiber		25g	30g

Figura 39: Tabla Nutricional

Fuente: SIICEX

4.2.1.2 Rotulado del embalaje:

Informa sobre la carga y operadores que intervienen en el proceso. Se debe consignar:

- ✓ Exportador
- ✓ Importador
- ✓ Descripción del producto
- ✓ Código de producto
- ✓ Numero de bultos
- ✓ Fecha de fabricación
- ✓ Número de lote
- ✓ Código de barras
- ✓ País de origen
- ✓ País de destino
- ✓ Peso bruto y neto

- ✓ Pictogramas de manejo
- ✓ Puerto de salida y destino
- ✓ Otras características del producto

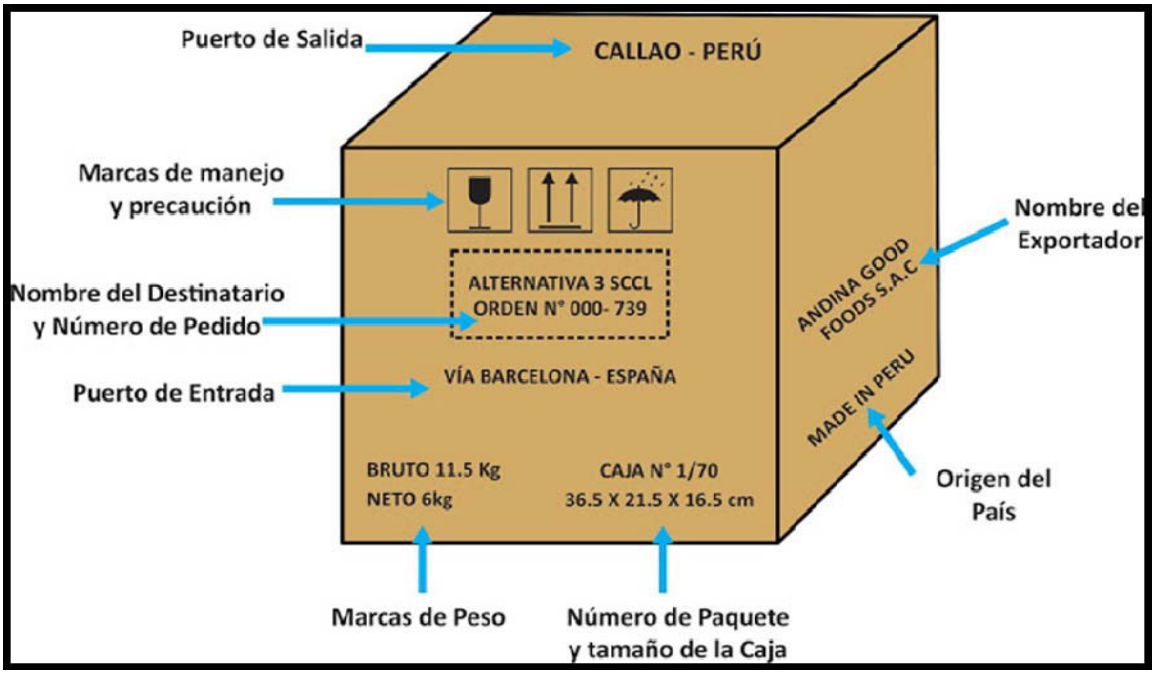


Figura 40: Rotulado de la Caja de Cartón de Doble Corrugado

Fuente: Exportación de mermelada de rocoto

4.2.2 Diseño del marcado:

Reviste mayor importancia en la lucha contra el fraude y las violaciones de la mercadería. Existen tres tipos de marcas para el transporte de mercaderías:

4.2.2.1 Marcas estándar o de expedición:

Contiene información del importador, exportador, destino, dirección, numero unidades, número de referencia, etc.

4.2.2.2 Marcas informativas:

Información adicional que figura en el empaque o embalaje como: país de origen, puerto de salida y entrada, peso bruto y neto, dimensiones de la caja, entre otros.

4.2.2.3 Marcas de manipulación:

Información sobre el manejo y advertencias para el manipuleo y transporte de la carga; se usan símbolos pictóricos internacionalmente aceptados.

La simbología en los embalajes es importante porque la mayoría de daños se producen durante el transporte, en especial la carga y descarga. Los pictogramas universales colocados de la manera correcta en las cajas sirven para la perfecta manipulación de la carga y no van acompañados por palabras escritas y son entendibles en todo el mundo. Además, están estandarizados según la norma ISO 780:1997.

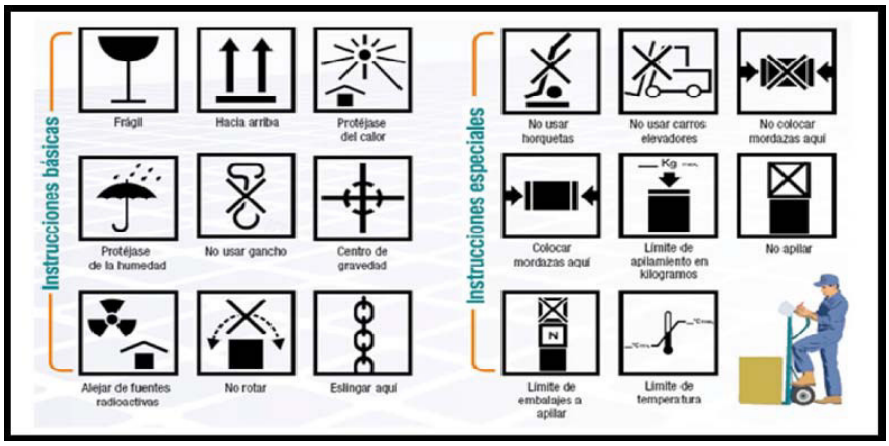


Figura 41: Pictogramas Estandarizados

Fuente: Encaja

Las instrucciones básicas son:

Figura 42: Pictogramas Básicos

Fuente: Servicio Nacional de Aprendizaje

Las instrucciones especiales son:

Figura 43: Pictogramas Especiales

Fuente: Servicio Nacional de Aprendizaje

4.3 Unitarización y cubicaje de la carga:

La unitarización juega un rol importante ya que garantiza el transporte de los productos de forma segura desde el almacén del exportador hasta el terminal del almacenamiento en aduanas para llegar al consumidor final. Para el plan de negocios que se está realizando se contara con pallets standards con medidas de 100cm x 120cm x 150 cm (largo x ancho x alto).

Para la exportación se aplica las directivas de la Norma Internacional de Medidas Fitosanitarios (NIMF) 15 de la Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación (FAO). Dicha norma describe las medidas que además de ser aceptadas en el ámbito mundial, fueron aprobadas y todos los países los aplican para el embalaje de madera con la finalidad de eliminar casi en su totalidad el riesgo de plagas cuarentenarias y reducir el riesgo de otras plagas relacionadas con el pallet.

En Perú, El Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) es el encargado de reducir el riesgo; por eso los pallet's de madera deben regirse mediante las siguientes normas: Resolución Directoral N° 105-2005-AG-SENASA-DGSV, Resolución Directoral Nº 350-2005-AG-SENASA-DGSV, Resolución Directoral Nº 518-2005-AG-SENASA-DGSV y Resolución Directoral N° 017-2006-AG-SENASA-DSV.

Dimensiones unitarias
Largo: 1.00 m
Ancho: 1.20 m
Alto: 1.50 m
Peso: 138 kg

Figura 44: Pallet Standard Modelo ISO

Fuente: Manejo de pallets

4.3.1 Paletización y Cubicaje de la Carga:

La empresa Peruvian Company of Natural Jam S.A.C. determino que exportará 73, 728 envases de vidrio de 450 gr durante el primer año; y en el primer mes se venderá 6144 unidades de mermelada.

Del empaque:

- ✓ Caja de cartón corrugado simple
- ✓ 12 unidades de 450 gr por cada caja de cartón corrugado
- ✓ Peso de la mermelada 350gr
- ✓ Peso del envase 100gr
- ✓ Medidas: 30cm x 22.50cm x 13.50cm

Peso neto de la caja: (12 x 350gr) + (12 x 100gr) = 5,400 gr = 5.4kg

Volumen de cada caja: 30cm x 22.50cm x 13.50cm = 0.0091 m3

Del embalaje

- ✓ Caja de cartón de doble corrugado
- ✓ 8 cajas de cartón corrugado de 5.4 kg cada uno: (8 x 12U = 96U por caja de empaque)
- ✓ Peso neto de cada caja: 5.4 kg
- ✓ Peso del empaque (cartón corrugado): 150gr
- ✓ Medidas: 60cm x 45cm x 27cm

Peso neto de cada caja de cartón de doble corrugado:

(8 x 5.4 kg) + (8 x 0.150kg) = 44.40 kg

Volumen por caja de cartón de doble corrugado:

60cm x 45cm x 27cm = 0.073 m3

4.3.2 Unitarización - Paletizado:

- ✓ Pallet de madera standard
- ✓ Cajas de cartón de doble corrugado
- ✓ Peso neto por cada caja de cartón de doble corrugado es 44.40kg
- ✓ Peso del embalaje (caja de cartón de doble corrugado): 500gr.
- ✓ Peso bruto por caja cartón de doble corrugado: 44.40kg + 0.50kg = 44.90kg
- ✓ Medidas del palet:1200mm x 1000mm x 150mm
- ✓ Medidas del embalaje: 60cm x 45cm x 27cm
- ✓ Carga estática 2000 kg.
- ✓ Carga dinámica: 1000 kg
- ✓ Peso de cada pallet 20 kg.
- ✓ Restricción 4 niveles

Peso (Carga Dinámica): 1000 / 44.90 = 22.27 = 20 cajas de cartón de doble corrugado.

Por base del Pallet: Para determinar la base del pallet se divide se divide el área del pallet (Ap) entre el área de la Caja (Ac).

Ap 120cm x 100 cm

---- = ---------- = 4.44 = 4 cajas x 4camas=16 cajas x pallet

Ac 60cm x 45cm

Altura de la carga = (27cm x 4) + 14.5 cm = 122.5 cm

Por envase=1 frasco de vidrio de 450gr

Por empaque= 12 unidades de mermelada

Por embalaje= 8 empaques x 12 unid= 96 unidades de mermelada

Por pallet= 16 embalajes x 96 unid= 1536 unidades de mermelada

En total se necesitara:

Envases: 73, 728 envases de mermeladas

Empaques: 73, 728 unid/ 12 unid= 6144 empaques

Embalajes: 6144empaques/ 8 empaques= 768 embalajes

Pallets: 768 embalajes/ 16 embalajes= 48 pallets

Según los cálculos obtenidos para cumplir con lo indicado se debe exportar por mes:

$$\frac{48 \text{ pallets}}{12 \text{ meses}} = 4 \text{ pallets por mes} = 6144 \text{ unidades por mes}$$

4.4 Cadena de DFI de exportación:

La distribución física internacional tiene por finalidad descubrir la solución más satisfactoria para transportar la cantidad correcta del producto desde su origen hasta su destino, en el tiempo pactado, al mínimo costo posible y compatible con la estrategia de servicio requerida. Trata todo lo relacionado al movimiento de la mercadería desde el productor hasta el usuario final incluyendo las etapas correspondientes a depósitos regionales o terminales y/o canales indirectos utilizados.

Para este plan de negocios, la mermelada de lúcuma con kiwicha endulzado con miel de caña se trasladara desde el país de origen que es Perú y el país de destino es Estados Unidos- New York.

Se exportara por la modalidad marítima, ya que el transporte es más económico y el tiempo de transito es de 15 días.

El Incoterm seleccionado es FOB; debido a ello nuestra responsabilidad como exportador culmina cuando la carga es puesta en el puerto de embarque a bordo del buque, después empieza la responsabilidad del importador.

A continuación, la figura del Incoterm elegido.

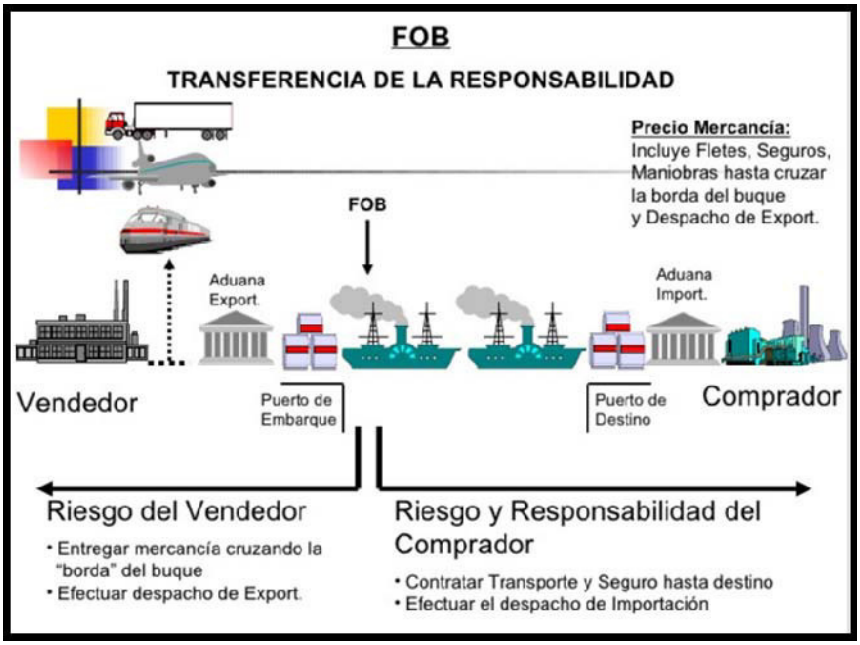


Figura 45: Incoterm FOB

Fuente: PROMPERU

Los costos que genera la distribución física internacional se dividen en dos tipos:

- ✓Costos Directos: Embalaje, marcado, documentos de exportación, unitarización, manipuleo, transporte, seguro, almacenamiento, gastos de gestión aduanera, gastos bancarios y agentes.
- ✓Costos indirectos: Costos administrativos y tiempo ocioso.

Los prospectos de agencias de aduana son:

- ✓Ausa S.A.C
- ✓Adualink S.A.C
- ✓CLI Gestiones Aduaneras S.A.C

Se procederá a realizar la matriz de selección para la agencia de Aduana.

PRINCIPALES INDICADORES	NIVEL DE IMPORTANCIA	AUSA S.A.C		CLI GESTIONES ADUANERS S.A.C		ADUALINK S.A.C	
		CALIFICACION	PONDERACION	CALIFICACION	PONDERACION	CALIFICACION	PONDERACION
CERTIFICACION BASC	0.3	4	1.2	2	0.6	4	1.2
CONOCIMIENTO DE LA LGA	0.3	3	0.9	2	0.6	3	0.9
COSTOS	0.2	2	0.4	2	0.4	4	0.8
CALIDAD EN EL SERVICIO	0.1	2	0.2	3	0.3	3	0.3
EXPERIENCIA EN EL MERCADO	0.1	4	0.4	2	0.2	3	0.3
TOTAL			3.1		2.1		3.5

Figura 46: Matriz de Selección de Agente de Aduanas

Fuente: Elaboración Propia

Según lo analizado con anterioridad la mejor agencia de aduana es Adualink S.A.C en base a la comparación de las tres posibles agencias de Aduanas.

4.4.1. Costos logísticos:

4.4.1.1 Costos directos e indirectos:

Tabla 31: Costos logísticos con insumos entregados a la maquila

Costos del Producto (Costos Variable)	Cantidad	Valor Unitario (Soles)	Valor Total Anual (Soles)
Mermelada de lúcuma con kiwicha por kilo	21065	12.15	255939.75
Envases de x 450 gr.	73728	1.50	110592.00
Etiquetas para envase x millar	74	35.40	2619.60
Maquila	1	99000.00	99000.00
Total de costo variable del producto			468151.35
Costos de Distribución y Ventas (Costo Variable)			
Empaque	6144	2.11	12963.84
Embalaje	768	14.04	10782.72
Paletas	48	61.36	2945.28
Costo Streech Film por caja	4	80.00	320.00
Comisión del bróker	12	915.63	10987.56
Promociones y/o Material publicitario	12	300.00	3600.00
Total de costo variable de distribución y ventas			41599.40
Costos del Producto (Costos Fijo)			
Telefonía+ Internet+ Cable	12	160.00	1920.00
Agua	12	90.00	1080.00
Energía Eléctrica	12	150.00	1800.00
Mantenimiento	12	120.00	1440.00
Alquiler	12	750.00	9000.00
Planilla	12	7412.00	88944.00
Total de costo fijo del producto			104184.00
Costos de Exportación (Costo Variable)			
Gastos operativos	1	194.70	2336.40
Teledespacho	1	38.94	467.28
Documentos de Aduana	1	38.94	467.28
Transporte/ Conducción	1	642.51	7710.12
Servicio de Terminal	1	1246.08	14952.96
Visto Bueno	1	856.68	10280.16
Aforo físico	1	77.88	934.56
Manipuleo de carga	1	623.04	7476.48
Comisión	1	389.40	4672.80
Total de costos variables de exportación			49298.04
Costo Total (Fijo + Variable)			663232.79

Fuente: Elaboración propia

Tabla 32: Costos logísticos con insumos comprados por la maquila

Costos del Producto (Costos Variable)	Cantidad	Valor Unitario (Soles)	Valor Total Anual (Soles)
Mermelada de lúcuma con kiwicha	73728	3.36	247500.00
Total de costo variable del producto			247500.00
Costos de Distribución y Ventas (Costo Variable)			
Comisión del bróker	12	915.63	10987.56
Promociones y/o Material publicitario	12	300.00	3600.00
Total de costo variable de distribución y ventas			14587.56
Costos del Producto (Costos Fijo)			
Telefonía+ Internet+ Cable	12	160.00	1920.00
Agua	12	90.00	1080.00
Energía Eléctrica	12	150.00	1800.00
Mantenimiento	12	120.00	1440.00
Alquiler	12	750.00	9000.00
Planilla	12	7412.00	88944.00
Total de costo fijo del producto			104184.00
Costos de Exportación (Costo Variable)			
Gastos operativos	1	194.70	2336.40
Teledespacho	1	38.94	467.28
Documentos de Aduana	1	38.94	467.28
Transporte/ Conducción	1	642.51	7710.12
Servicio de Terminal	1	1246.08	14952.96
Visto Bueno	1	856.68	10280.16
Aforo físico	1	77.88	934.56
Manipuleo de carga	1	623.04	7476.48
Comisión	1	389.40	4672.80
Total de costos variables de exportación			49298.04
Costo Total (Fijo + Variable)			415569.60

Fuente: Elaboración propia

4.5 Seguro de las mercancías:

Destinado a dar cobertura a posibles daños materiales que sufra la mercadería durante el transporte. Se exportará bajo Incoterm FOB debido a ello la empresa no se hará cargo ni del flete internacional ni del seguro de las mercancías; todo ello corre por cuenta del importador.

5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1. Fijación de precios:

Para la fijación de precio se debe tener en cuenta los diferentes aspectos tales como: costo del producto, el valor del producto para el consumidor y el precio como una estrategia en la toma de decisión del consumidor al momento de la compra.

Dicha fijación será basada en el valor agregado que brinda la mermelada de lúcuma con kiwicha endulzada con caña de azúcar lo cual ayuda a contar con un buen posicionamiento en el mercado meta ya que los competidores cuentan con mermeladas pero de sabores típicos. Nosotros proponemos un sabor autentico y diferente al mercado americano además de una alternativa natural y saludable ya que hoy en día el mercado objetivo se preocupa por su alimentación.

5.1.1 Costos y precios:

Para obtener el precio se debe tener en cuenta los gastos en materia prima, gastos administrativos, planillas, gastos de exportación, entre otros para obtener el precio de venta.

A continuación se presentaran dos casos, el primero donde la empresa otorga todos los insumos a la maquila y el último donde la maquila compra todos los insumos.

Tabla 33: Costos con insumos comprados por la maquila

Cálculo de 4 Paletas de Mermelada de lúcuma con kiwicha endulzado con miel de caña				
Cartón corrugado con 12 unidades	unidades comerciales (450 gramos)	TOTAL		USD $
512	6144	C. Unitario	S/. 5.22	$1.58

			T.C.	3.3
Concepto	**Costo Fijo**	**Costo Variable**	**Total S/.**	**Total USD $**
Costo de Producto			**S/. 19,320**	**$5,854.41**
Materia Prima y Mano de Obra		S/. 17,479		
Costos indirectos de fabricación	S/. 1,270			
Depreciación	S/. 571			
Gastos generales y administrativos			**S/. 7,412**	**$2,246.06**
Salarios	S/. 7,412			
Gastos de servicios y otros				
Costo de Distribución y Ventas			**S/. 1,216**	**$368.37**
G. de ventas		S/. 916		
Embalaje		S/. 0		
Promociones y/o Material publicitario	S/. 300			
Gastos de Exportación			**S/. 4,108**	**$1,244.90**
Operador logístico	S/. 4,108.17			
COSTO TOTAL			S/. 32,055	$9,713.74
UTILIDAD 55%	55%		S/. 17,630	$5,342.56
FOB			S/. 49,686	$15,056.30

Precio	49686/ 6144 =S/. 8.09	**$2.45**

Fuente: Elaboración Propia

5.12 Cotización Internacional:

Una cotización internacional es el primer para al momento de realizar una exportación. Es brindar una respuesta a una consultada realizada por un potencial comprador (o un representante de la empresa extranjera).

Debido a que la cotización es para una compañía que no conoce nuestros productos, la descripción debe ser muy específica y detallada. Por ello se deben considerar los siguientes puntos:

- ✓ Nombre del vendedor, dirección, teléfonos y RUC
- ✓ Nombre del comprador, dirección, teléfonos y RUC
- ✓ Fecha
- ✓ Precio del producto por unidad y el total
- ✓ Peso y dimensión del producto
- ✓ Descuento, si fuera aplicable
- ✓ Incoterm utilizado
- ✓ Términos de pago
- ✓ Validez de la cotización
- ✓ Fecha estimada de salida del producto
- ✓ Fecha estimada de llegada del producto

5.2. Contrato de compra venta Internacional

Se realizara el proceso de negociación con el bróker llamado Superior Foods para poder realizar el contrato de compra venta internacional con Estados Unidos.

Es clave para la transacción comercial y se convierte en la figura más representativa del comercio Internacional y debe ser regulado por la Convención de Viena.

Es un acuerdo de voluntades entre partes con domicilio en diferente país, a través del cual se transfiere la propiedad de la mercancía la cual será transportada al exterior teniendo como contraprestación el pago de un precio pactado.

Para que exista un contrato debe haber importador, exportador, oferta y aceptación.

Algunas de las clausulas son:

- ✓ Descripción del producto
- ✓ Precio y condición de pago
- ✓ Plazo y lugar de entrega
- ✓ Contrato de transporte y si fuera el caso seguro
- ✓ Trámites aduaneros de exportación e importación
- ✓ Envases y embalajes
- ✓ Transferencia de riesgos
- ✓ Legislación y jurisdicción aplicable
- ✓ Fijación de daños y perjuicios
- ✓ Obligaciones de importador y exportador
- ✓ Entrega de documentos

A continuación de mostrará el Esquema de ejecución de un contrato de compra venta internacional.

Figura 47: Esquema de ejecución de un contrato de compra-venta

Fuente: Empresa y Economía

5.3. Elección y aplicación del Incoterm:

El incoterm propuesto por ambas partes y pactado en el contrato de compra venta internacional es FOB. Para una mejor comprensión se detalla las gráficas del FOB en cuanto a las obligaciones del comprador y vendedor de acuerdo a las Reglas de la Cámara de Comercio Internacional para el uso de términos comerciales e internacionales (2010).

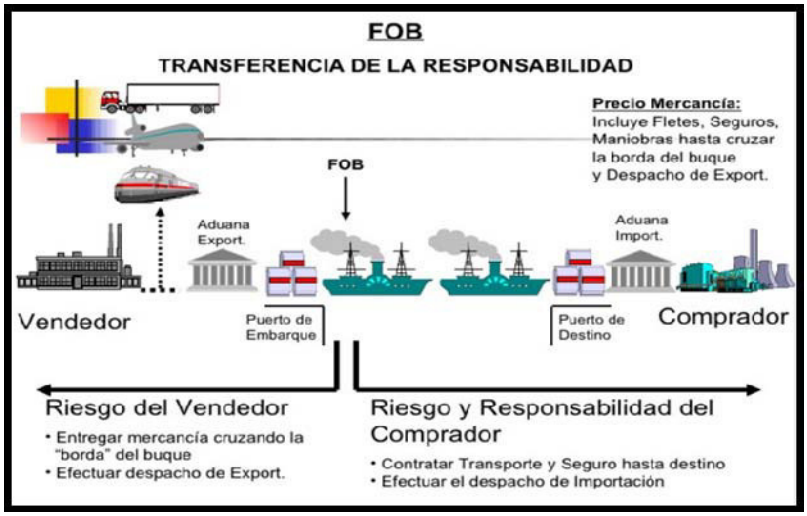


Figura 48: Incoterm FOB

Fuente: PROMPERU

Formulaciones FOB	Charges	Risks
Embalaje	V	V
Antes de la entrega de la mercancía al Aduana exportación	V	V
Aduana exportación	V	V
Manutención transporte principal (carga)	V	V
Transporte principal	C	C
Seguro transporte	C	C
Manutención transporte principal (descarga)	C	C
Aduana importe	C	C
Al finalizar la ruta	C	C

Figura 49: Obligaciones de comprador y vendedor en Incoterm FOB

Fuente: Santander TradePortal

5.4. Determinación del medio de pago y cobro:

La forma de pago para este plan de negocios es carta de crédito irrevocable y confirmado con 30% de adelanto. Es irrevocable, ya que se requiere el consentimiento del banco emisor, del beneficiario o exportador y el solicitante para realizar cualquier cambio, modificación o cancelación de los términos originales. Es la más usada por los exportadores porque siempre está asegurado.

Es confirmada ya que es el medio de pago que ofrece mayor seguridad al beneficiario. Es emitida por el Banco del comprador en el exterior y confirmada por un Banco en el país del vendedor. Adicional a la garantía que otorga el Banco Emisor, tiene el compromiso formal del Banco Confirmador de pagar, negociar o asumir el compromiso de pago a plazo con el exportador, siempre y cuando los términos y condiciones de la carta de crédito se cumplan.

Cabe mencionar que este medio de pago es el que ofrece la mayor seguridad para el exportador, para consolidar dicho punto en los anexos se adjunta algunos planes tarifarios de diferentes bancos del Perú.

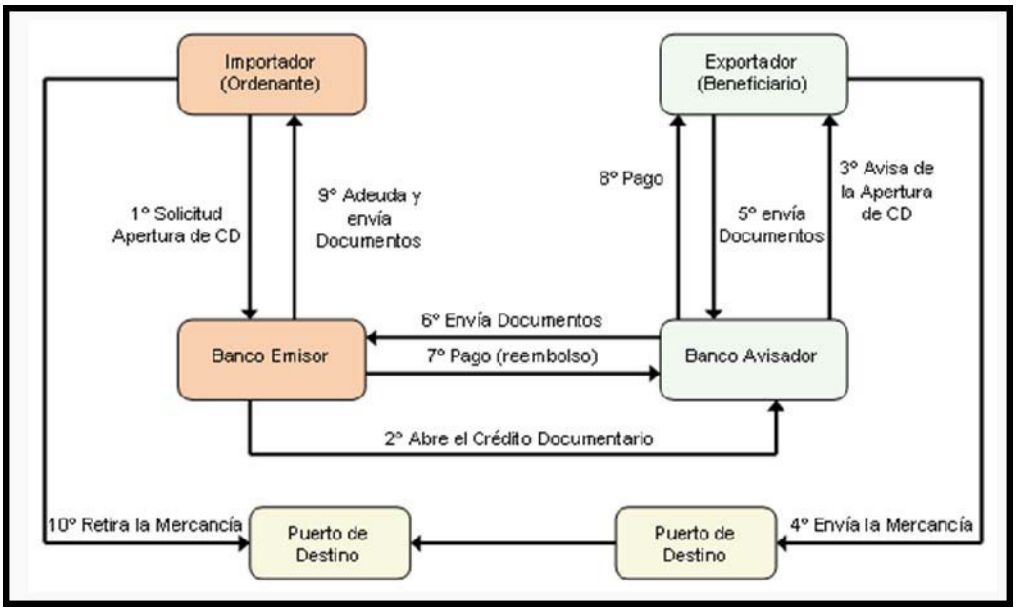


Figura 50: Flujograma de carta de crédito

Fuente: Santander TradePortal

5.5. Elección del régimen de exportación:

El presente plan escogió el régimen de exportación definitiva, el cual facilita la exportación de mercancías nacionales o nacionalizadas para el consumo definitivo en el exterior.

Los documentos aduaneros solicitados para dicho régimen de exportación son los siguientes:

- ✓ Factura comercial
- ✓ Packing list
- ✓ Certificado de origen de acuerdo al TLC Perú- Estados Unidos
- ✓ Documento de transporte debidamente endosado
- ✓ Otros documentos que por la naturaleza de la mercancía se requiera para la exportación

5.6. Gestión aduanera del comercio internacional:

Se procederá a explicar la gestión aduanera para exportación definitiva mediante el siguiente grafico según el portal de SUNAT.

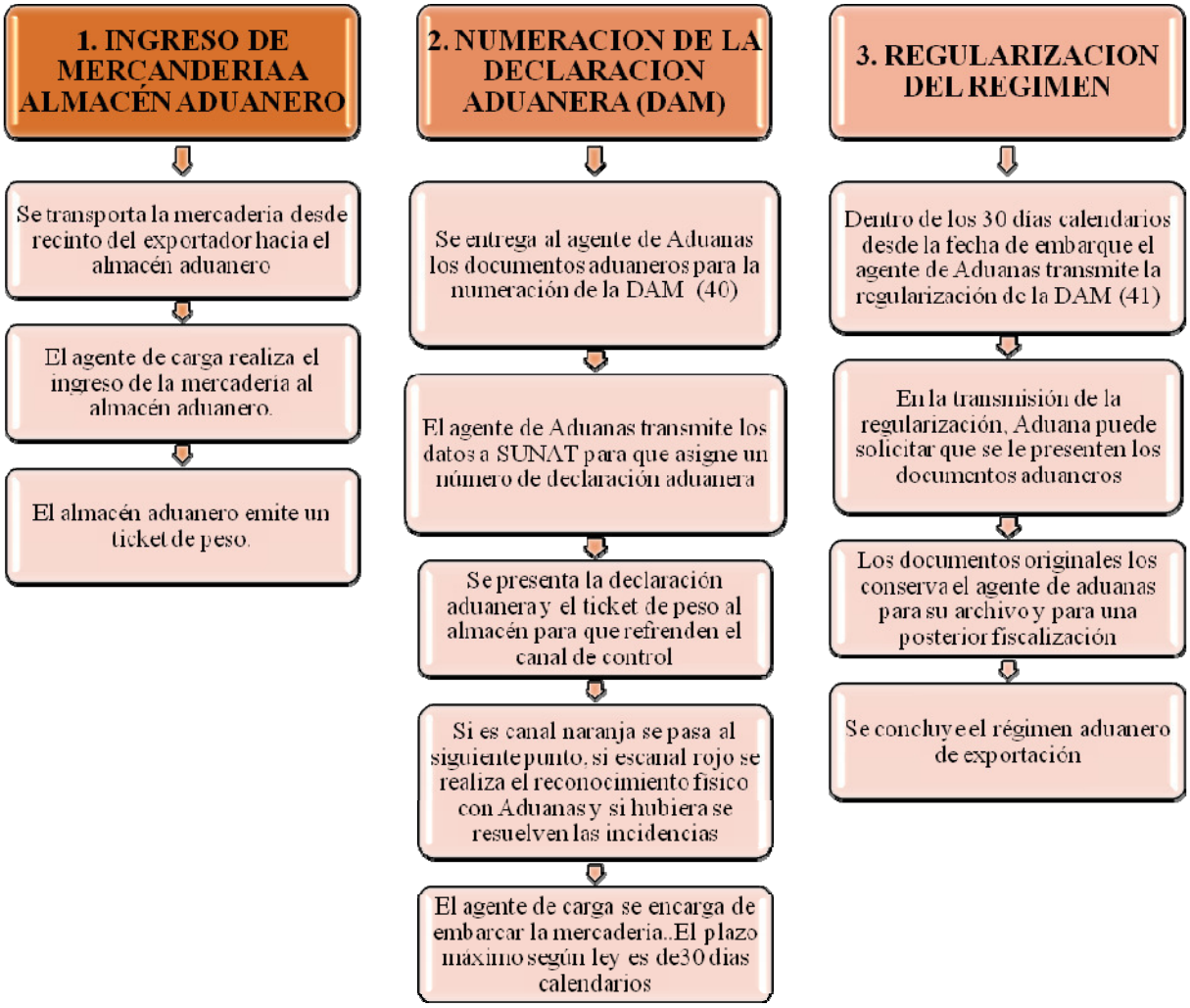


Figura 51: Flujograma de la gestión aduanera para la exportación definitiva en Perú

Fuente: SUNAT

Elaboración Propia

5.7. Gestión de las operaciones de exportación:

Para el plan de negocios, las exportaciones serán solo hasta que la carga cruce la borda de la nave debido a que se está utilizando el Incoterm FOB.

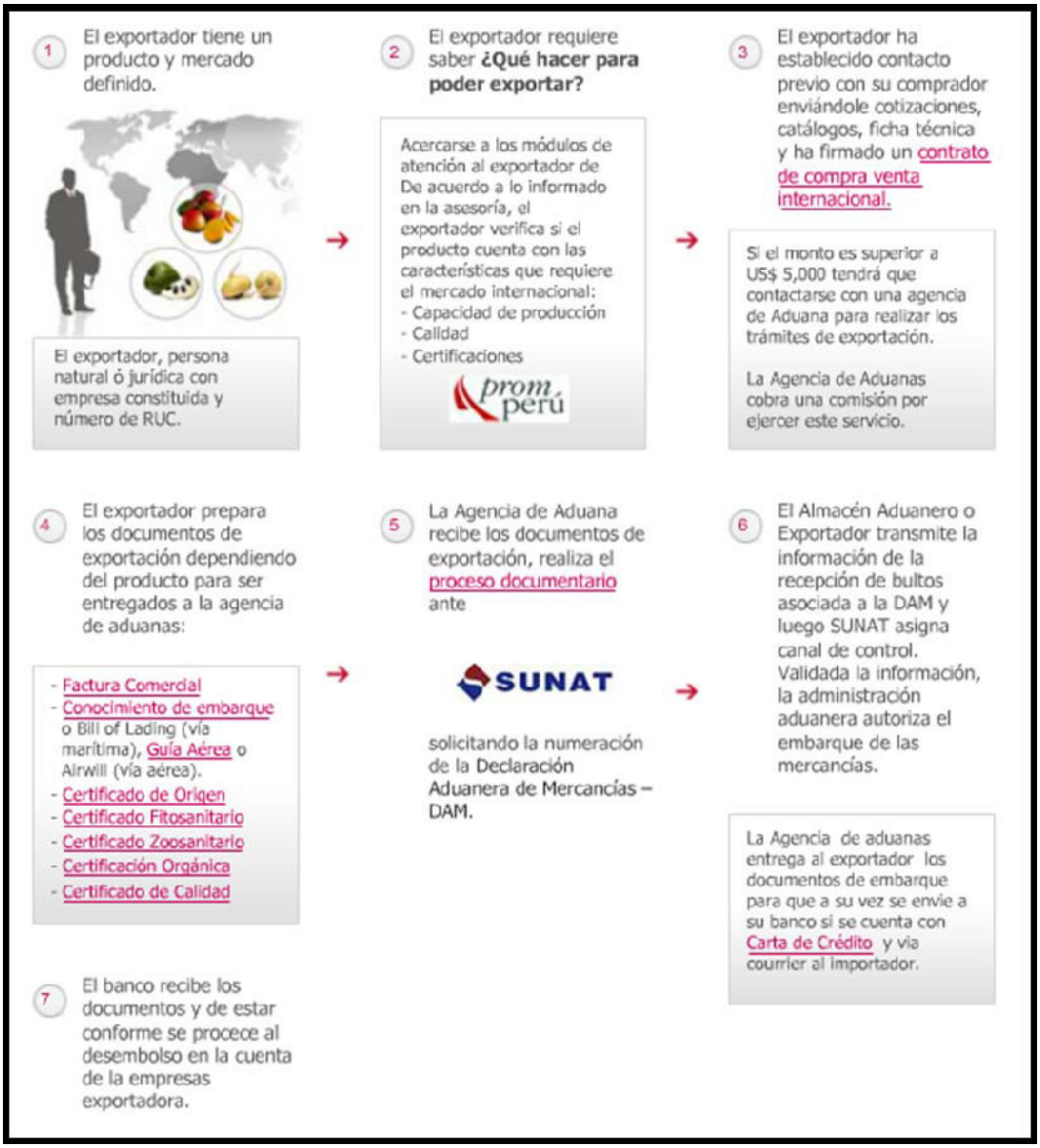


Figura 52: Flujograma de exportación en Perú

Fuente: SIICEX

Según el flujograma de exportación en el Perú brindado por SIICEX. Para nuestro producto primero se cuenta con la mermelada de lúcuma y kiwicha endulzado con miel de caña y el mercado destino es Nueva York- Estados Unidos, luego se debe recibir asesoría para exportar, después se genera la cotización y el contrato de compra venta internacional, luego el exportador prepara los documentos, después dicha documentación se envía a la

agencia de Aduana seleccionada que en nuestro caso es Adualink S.A.C para la numeración, posteriormente Aduanas asigna canal y se autoriza el embarque, luego Adualink nos entrega los documentos de embarque para que lo entreguemos a nuestro banco ya que contamos con carta de crédito irrevocable y confirmada y por último el banco los recibe y de estar todo conforme se ejecuta el desembolso.

Figura 53: Flujograma de las operaciones de exportación

Fuente: PROMPEX

En el flujograma de exportación de bienes del PROMPEX, se especificara para nuestro plan que el exportador es Peruvian Company of Natural Jam S.A.C, el agente de aduana es Adualink S.A.C, el tránsito internacional es marítimo, y el agente de aduana es país de destino es asignado por el bróker Superior Foods.

6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

Se realiza un plan económico financiero con el fin de determinar si la empresa cuenta con el capital suficiente para elaborar la mermelada, además si se cuenta con la capacidad para cumplir con todos los pagos que se deben realizar y para determinar si el negocio es factible en el transcurso de los años determinando las ganancias de la empresa.

6.1. Inversión fija:

Se agrupa en tangibles e intangibles para facilitar el coste del proyecto y es la base para iniciar la producción al mercado seleccionado. Hay que mencionar que se considera inversión a todas las compras o adquisiones que se realizar con la finalidad de formar parte de la propiedad de la empresa.

6.1.1 Activos tangibles:

Son gastos que se reflejan en bienes físicos fáciles de identificar. En la siguiente tabla se mostrara los activos tangibles de la empresa Peruvian Company of Natural Jam S.A.C.

Tabla 34: Activos fijos tangibles

INVERSIÓN FIJA TANGIBLE				
Equipos procesamientos de datos				
DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL	SUB TOTAL IGV
Laptop	1	1,440.68	1,440.68	1,700.00
Computadora	3	1,017	3,050.85	3,600.00
Impresora multifuncional	1	381.36	381.36	450.00
		Total	4,872.89	5,750.01
Muebles y Enseres				
DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL	SUB TOTAL IGV
Muebles de escritorio	4	169.49	677.97	800.00
Silla giratoria	4	84.75	338.98	400.00
Silla estatica	2	65.00	130.00	153.40
Tacho de basura	4	10.17	40.68	48.00
Equipo telefonico	3	150.00	450.00	531.00
Muebles para archivo	1	338.98	338.98	400.00
		Total	1,976.61	2,332.40

Fuente: Elaboración Propia

6.1.2 Activos intangibles:

El activo intangible es de naturaleza inmaterial. A continuación se indicara los activos intangibles correspondientes a la empresa.

Tabla 35: Activos fijos intangibles

INVERSION FIJA INTANGIBLE

Remodelación y acondicionamiento del local

La inversión en edificios incluye las estructuras, instalaciones electricas Y sanitarias

* No incluyen IGV

DESCRIPCION	AREA M2	SOLES POR M2	SUBTOTAL S/.
Área administrativa y operativa	100	S/. 25.00	2500.00
		Total	2,500.00

Demás inversión fija intangible

* No incluyen IGV. Registro de marca, trámites de licencia y civil no está afecto al IGV.

DESCRIPCION	S/.
Constitucion de la empresa en notaria	700.00
Licencia de funcionamiento	121.70
Carnet de sanidad de los trabajadores	100.00
Registro Sanitario - Digesa	360.00
Tramite en SUNAT - Elaboracion de Facturas	150.00
Libro de Contabilidad y Legalizacion ante Notario	400.00
Búsqueda y reserva de nombre SUNARP	18.00
Certificado de defensa civil	60.40
Hosting y diseño de página web	900.00

Fuente: Elaboración Propia

6.2 Capital de trabajo:

Son los recursos que requiere la empresa para poder operar. Es lo que comúnmente se conoce como activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios).

Tabla 36: Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
Inventario	S/. 64,110.69	**$ 19,427.48**
Caja y bancos	S/. 28,011.59	**$ 8,488.36**
Total de Capital de trabajo	S/. 92,122.28	**$ 27,915.84**

Fuente: Elaboración Propia

6.3 Inversión total:

Para iniciar el presente proyecto se necesitará una inversión inicial total de S/. 122,096.81, se encuentran incluidos los activos tangibles e intangibles.

Tabla 37: Inversión Total Inicial

INVERSIÓN		
(Expresado en soles)		
	SIN IGV	CON IGV
INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	**S/. 4,500.08**	**S/. 5,310.10**
Constitucion de la empresa en notaria	S/. 593.22	S/. 700.00
Licencia de funcionamiento	S/. 103.14	S/. 121.70
Carnet de sanidad de los trabajadores	S/. 84.75	S/. 100.00
Registro Sanitario - Digesa	S/. 305.08	S/. 360.00
Tramite en SUNAT - Elaboracion de Fac	S/. 127.12	S/. 150.00
Libro de Contabilidad y Legalizacion ant	S/. 338.98	S/. 400.00
Búsqueda y reserva de nombre SUNARI	S/. 15.25	S/. 18.00
Certificado de Defensa civil	S/. 51.19	S/. 60.40
Hosting y diseño de página web	S/. 762.71	S/. 900.00
Remodelación y acondicionamiento del	S/. 2,118.64	S/. 2,500.00
INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	**S/. 6,849.50**	**S/. 8,082.41**
Equipo procesamiento de datos	S/. 4,872.89	S/. 5,750.01
Muebles y Enseres	S/. 1,976.61	S/. 2,332.40
Total Inversión Tangible e Intangible	**S/. 11,349.58**	**S/. 13,392.51**
IGV	S/. 2,043	
Capital de trabajo	S/. 92,122	**S/. 108,704**
TOTAL INVERSION INICIAL		**S/. 122,096.81**

Fuente: Elaboración Propia

6.4 Estructura de inversión y financiamiento:

El total de la inversión es de S/. 122,097 para lo cual el patrimonio será el 60% de la inversión y se financiará el 40% lo cual es S/. S/. 48,839.

Para calcular los intereses que se asumirán por el financiamiento de la deuda se ha utilizado una matriz llamada Amortización, mediante el cual se ha determinado los siguientes intereses de forma anual.

Tabla 38: Datos de la amortización

DATOS DE AMORTIZACIÓN		
Deuda	48,839	
Periodo	36	Meses
TEM	1.94%	
TEA	26.0%	

RESUMEN	
Primer Año	
Amorización	12,693.29
Intereses	10,095.63
Segundo Año	
Amorización	15,993.55
Intereses	6,795.37
Tercer Año	
Amorización	20,151.88
Intereses	2,637.03

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 39: Amortización de la deuda en 3 años

AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA				
(Expresado en soles)				
Periodo	Saldo Deuda	Intereses + Seguro	Principal	Cuota
0	48,838.72			
1	47,889.36	949.72	949.36	1,899.08
2	46,921.54	931.26	967.82	1,899.08
3	45,934.90	912.44	986.64	1,899.08
4	44,929.08	893.25	1,005.83	1,899.08
5	43,903.69	873.69	1,025.39	1,899.08
6	42,858.37	853.75	1,045.33	1,899.08
7	41,792.71	833.42	1,065.65	1,899.08
8	40,706.34	812.70	1,086.38	1,899.08
9	39,598.84	791.58	1,107.50	1,899.08
10	38,469.80	770.04	1,129.04	1,899.08
11	37,318.81	748.08	1,150.99	1,899.08
12	36,145.43	725.70	1,173.37	1,899.08
13	34,949.24	702.88	1,196.19	1,899.08
14	33,729.79	679.62	1,219.45	1,899.08
15	32,486.62	655.91	1,243.17	1,899.08
16	31,219.28	631.73	1,267.34	1,899.08
17	29,927.29	607.09	1,291.99	1,899.08
18	28,610.18	581.97	1,317.11	1,899.08

19	27,267.46	556.35	1,342.72	1,899.08
20	25,898.63	530.24	1,368.83	1,899.08
21	24,503.17	503.62	1,395.45	1,899.08
22	23,080.59	476.49	1,422.59	1,899.08
23	21,630.33	448.83	1,450.25	1,899.08
24	20,151.88	420.62	1,478.45	1,899.08
25	18,644.68	391.87	1,507.20	1,899.08
26	17,108.17	362.56	1,536.51	1,899.08
27	15,541.78	332.69	1,566.39	1,899.08
28	13,944.93	302.23	1,596.85	1,899.08
29	12,317.02	271.17	1,627.90	1,899.08
30	10,657.46	239.52	1,659.56	1,899.08
31	8,965.63	207.25	1,691.83	1,899.08
32	7,240.90	174.35	1,724.73	1,899.08
33	5,482.63	140.81	1,758.27	1,899.08
34	3,690.17	106.62	1,792.46	1,899.08
35	1,862.85	71.76	1,827.32	1,899.08
36	0.00	36.23	1,862.85	1,899.08
	Total	**19,528**	**48,839**	**68,367**

Fuente: Elaboración Propia

En el tercer año la deuda se cancela, pagando un total de intereses de 19, 528 soles.

6.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito:

Las fuentes financieras que son accesibles son los bancos, cajas, cooperativas, etc. El proyecto va a financiar la deuda a través de la Caja Metropolitana de Lima. Las condiciones de dicho crédito son una TEA del 26% y la TEM es de 1.94%.

Debido a que es mucho menor en comparación de Interbank, BBVA, BCP entre otras cajas municipales existentes tales como Caja Huancayo, Caja Sullana, Caja Arequipa, etc.

6.6 Presupuesto de costos:

A continuación, se detalla en las siguientes tablas todos los costos, en los cuales incurrirá la empresa para la elaboración de mermelada de lúcuma con kiwicha endulzado con miel de caña.

Tabla 40: Mermelada terminada y embalada para exportar

CUADRO N° 1 : MERMELADA DE LUCUMA CON KIWICHA ENDULZADO CON MIEL DE CAÑA TERMINADA Y EMBALADA PARA EXPORTAR					
DESIGNACIÓN	COSTO UNITARIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO TOTAL EN S/ (soles)	COSTO TOTAL EN $ (dólares)
450 Gramos c/u mermelada de lúcuma con kiwicha endulzado con miel de caña	S/. 2.84	Unid	6144	S/.17,479	$5,297
			Total sin IGV	S/.17,479	$5,297
			Total con IGV	S/.20,625	$6,250

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 41: Gastos administrativos

CUADRO N° 2 GASTOS ADMINISTRATIVOS MENSUAL (FIJOS) PARA 6144 UNIDADES				
DESIGNACIÓN	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL EN S/ (soles)	COSTO TOTAL EN $ (dólares)
TELEFONIA + INTERNET+ CABLE	160		S/. 160	$48
AGUA	90		S/. 90	$27
ENERGIA ELECTRICA	150		S/. 150	$45
MANTENIMIENTO	120		S/. 120	$36
ALQUILER	750		S/. 750	$227
		Total sin IGV	S/. 1,270	$385
		Total con IGV	S/. 1,499	$454

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 42: Gastos por planilla

CUADRO N° 3 GASTOS POR PLANILLA MENSUAL (FIJOS)				
DESIGNACIÓN			COSTO TOTAL EN S/ (soles)	COSTO TOTAL EN $ (dólares)
SUELDO			S/. 7,412	$2,246

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 43: Costos de distribución y ventas

CUADRO N° 4 COSTOS DE DISTRIBUCIÓN Y VENTAS MENSUAL				
DESIGNACIÓN			COSTO TOTAL EN S/ (soles)	COSTO TOTAL EN $ (dólares)
Comisión de ventas (Bróker)			S/. 915.63	$277
Promociones y/o Material publicitario			S/. 300.00	$ 91
		Total sin IGV	S/. 1,216.00	$368
		Total con IGV	S/. 1,434.00	$435

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 44: Gastos de exportación

CUADRO N° 5 GASTOS DE EXPORTACIÓN PARA UN EMBARQUE		
ADUALINK S.A.C	**PRECIO S/.**	**T.C. 3.3**
		PRECIO $ -
Gastos Operativos	S/. 194.70	$ 59.00
Teledespacho	S/. 38.94	$ 11.80
Documentos de Aduana	S/. 38.94	$ 11.80
Transporte/ Conducción	S/. 642.51	$ 194.70
Servicio de terminal	S/. 1,246.08	$ 377.60
Visto Bueno	S/. 856.68	$ 259.60
Aforo Físico	S/. 77.88	$ 23.60
Manipuleo de carga	S/. 623.04	$ 188.80
Comisión	S/. 389.40	$ 118.00
COSTO TOTAL	S/. 4,108.17	$ 1,244.90

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 45: Gastos de exportación

Cálculo de 4 Paletas de Mermelada de lúcuma con kiwicha endulzado con miel de caña				
Cartón corrugado con 12 unidades	unidades comerciales (450 gramos)	**TOTAL**		**USD $**
512	6144	C. Unitario	S/. 5.22	$1.58

			T.C.	**3.3**
Concepto	**Costo Fijo**	**Costo Variable**	**Total S/.**	**Total USD $**
Costo de Producto			**S/. 19,320**	**$5,854.41**
Materia Prima y Mano de Obra		S/. 17,479		
Costos indirectos de fabricación	S/. 1,270			
Depreciación	S/. 571			
Gastos generales y administrativos			**S/. 7,412**	**$2,246.06**
Salarios	S/. 7,412			
Costo de Distribución y Ventas			**S/. 1,216**	**$368.37**
G. de ventas		S/. 916		
Promociones y/o Material publicitario	S/. 300			
Gastos de Exportación			**S/. 4,108**	**$1,244.90**
Operador logístico	S/. 4,108.17			
COSTO TOTAL			S/. 32,055	$9,713.74
UTILIDAD 55%	55%		S/. 17,630	$5,342.56
FOB			S/. 49,686	$15,056.30

Fuente: Elaboración Propia

6.7 Punto de Equilibrio:

A continuación se indicara el punto de equilibrio de nuestra empresa.

Tabla 46: Esquema del punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	2,682	
Costo Variable Unitario	S/. 2.99	**$0.91**
Costo Fijo	S/. 13,660.96	**$4,139.69**
Precio	S/. 8.09	**$2.45**

Fuente: Elaboración Propia

6.8 Tributación de la exportación:

Al tratarse de una exportación no se cancelan tributos.

6.9 Presupuesto de ingresos:

Los ingresos están en función a las ventas anuales (precio unitario x cantidad) que realiza la empresa Peruvian Company of Natural Jam S.A.C.

Tabla 47: Presupuesto de ingresos

PRESUPUESTO DE CAJA					
Ppto de ingreso x ventas					
	Año 1	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Cantidad	67,584	75,983	78,520	81,141	83,857
Precio	2.45	2.45	2.45	2.45	2.45
TOTAL	165,619.29	186,201.62	192,418.72	198,841.66	205,497.41

Fuente: Elaboración Propia

6.10 Presupuesto de egresos:

Los egresos están en función a los costos fijos, variables y depreciación que sufren los activos fijos y variables de la empresa Peruvian Company of Natural Jam S.A.C; tal y como se muestra a continuación.

Tabla 48: Presupuesto de egreso

Ppto de egresos x compras

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad	73,728	76,191	78,735	81,365	84,083
Costo	$1.87	$1.87	$1.87	$1.87	$1.87
TOTAL	137,546.58	142,140.63	146,888.13	151,794.19	156,864.12

Ppto de egresos por gastos de administración

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Planilla	$26,952.73	$26,952.73	$26,952.73	$26,952.73	$26,952.73
Depreciación	0	0	0	0	0
Servicios	$5,449.45	$5,449.45	$5,449.45	$5,449.45	$5,449.45
TOTAL	**32,402.18**	**32,402.18**	**32,402.18**	**32,402.18**	**32,402.18**

Ppto de egresos por gastos de ventas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Comisión de ventas (Bróker)	$3,329.55	$3,329.55	$3,329.55	$3,329.55	$3,329.55
Promociones y/o Material publicitario	$1,287.27	$1,287.27	$1,287.27	$1,287.27	$1,287.27
Gastos de exportación	$17,627.78	$18,216.55	$18,824.98	$19,453.74	$20,103.49
TOTAL	**22,244.61**	**22,833.38**	**23,441.81**	**24,070.56**	**24,720.32**

Ppto de egresos x financiamiento

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses	$3,059.28	$2,059.20	$799.10	0.00	0.00
Amortización	$3,846.45	$4,846.53	$6,106.63	0.00	0.00
TOTAL	**6,905.73**	**6,905.73**	**6,905.73**	**0.00**	**0.00**

Fuente: Elaboración Propia

6.11 Flujo de caja proyectado:

Según la figura N° 49, del presente flujo de caja podemos deducir que la empresa comenzará a tener ganancias a partir del segundo año de haber iniciado sus operaciones.

Tabla 49: Flujo de caja económico- financiero

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO - FINANCIERO AÑO 1 - 5						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso ventas		165,619.29	186,201.62	192,418.72	198,841.66	205,497.41
Crédito fiscal		24,698.30	25,488.90	26,305.91	27,150.20	28,022.70
Valor residual						3,253.52
Drawback		7,227.02	7,468.41	7,717.85	7,975.63	8,242.01
TOTAL INGRESOS	**0.00**	**197,544.62**	**219,158.93**	**226,442.48**	**233,967.49**	**245,015.63**
Inversión	31,355.11					
Compras		137,546.58	142,140.63	146,888.13	151,794.19	156,864.12
Gasto Administ		32,402.18	32,402.18	32,402.18	32,402.18	32,402.18
Gasto ventas		22,244.61	22,833.38	23,441.81	24,070.56	24,720.32
IR (sin deuda)		0.00	3,498.38	3,810.08	4,266.09	4,737.33
TOTAL EGRESOS	**31,355.11**	**192,193.37**	**200,874.57**	**206,542.20**	**212,533.03**	**218,723.95**
FLUJO ECONÓMICO	**-31,355.11**	**5,351.25**	**18,284.36**	**19,900.27**	**21,434.46**	**26,291.68**
Préstamo	14,799.61					
Cuota		6,905.73	6,905.73	6,905.73	0.00	0.00
Escudo fiscal		0.00	-1,460.49	-1,798.87	-2,073.66	-2,142.92
FLUJO FINANCIERO	**-16,555.50**	**-1,554.48**	**9,918.14**	**11,195.67**	**19,360.80**	**24,148.76**

Fuente: Elaboración Propia

6.12 Estado de Ganancias y pérdidas:

Según la tabla N° 50, en el Estado de Ganancias o Pérdidas (Estado de Resultados) la utilidad neta va en aumento generando ganancias para la empresa.

Tabla 50: Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS AÑO 1- 5						
		27.0%	27%	26%	26%	26%
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	-	180,675.59	186,710.15	192,945.27	199,390.68	206,050.33
COSTO DE VENTAS	-	116,564.90	120,458.16	124,481.47	128,639.15	132,935.70
UTILIDAD BRUTA	**-**	**64,110.69**	**66,251.99**	**68,464.81**	**70,751.53**	**73,114.63**
GASTOS ADMINIST	2,786.40	33,436.80	33,436.80	33,436.80	33,436.80	33,436.80
GASTOS VENTAS	-	19,359.26	19,858.22	20,373.84	20,906.68	21,457.32
UTILIDAD OPERATIVA	**- 2,786.40**	**11,314.63**	**12,956.97**	**14,654.17**	**16,408.05**	**18,220.51**
INTERESES	-	$3,059.28	$2,059.20	$799.10	$0.00	$0.00
DRAWBACK	-		7,468.41	7,717.85	7,975.63	8,242.01
UTILIDAD ANTES DE I	**- 2,786.40**	**8,255.35**	**18,366.18**	**21,572.92**	**24,383.68**	**26,462.52**
IMPUESTO RENTA	-	2,710.13	4,958.87	5,608.96	6,339.76	6,880.26
UTILIDAD NETA	**- 2,786.40**	**5,545.22**	**13,407.31**	**15,963.96**	**18,043.92**	**19,582.27**

Fuente: Elaboración Propia

6.13 Evaluación de la inversión:

6.13.1 Evaluación económica:

En el campo económico la inversión se recuperará en 3 años y 3 meses de haber iniciado el negocio, con una rentabilidad de 39%.

Tabla 51: Evaluación Económica

Evaluación económica	
VA	$50,271.89
Inversión	-31,355.11
VAN =	$18,916.78
TIR =	39%

Fuente: Elaboración Propia

6.13.2 Evaluación financiera:

En el campo financiero la inversión se recuperará en 3 años y 5 meses de haber iniciado el negocio, con una rentabilidad de 42%.

Tabla 52: Evaluación Financiera

Evaluación Financiera	
VA	$31,611.82
Inversión	-16,555.50
VAN =	$15,056.32
TIR =	42%

Fuente: Elaboración Propia

6.13.3 Evaluación social:

Según el Banco Mundial, la responsabilidad social empresarial es hacer negocios basado en principios éticos y apegados a la ley.

El objetivo principal radica en el impacto positivo que estas prácticas generen en los diferentes ámbitos con los que una empresa tiene relación, al mismo tiempo que contribuye a la competitividad y sostenibilidad de la empresa.

Algunas responsabilidades éticas que la empresa realizará son:

- ✓ Respetar los derechos humanos con condiciones de trabajo dignas que favorezcan la seguridad, salud laboral y el desarrollo humano
- ✓ Servir a la sociedad con productos útiles y en condiciones justas
- ✓ Cumplir con las leyes, reglamentos y normas, respetando los legítimos contratos y compromisos adquiridos por la empresa
- ✓ Mantenimiento de la ética empresarial

6.13.4 Impacto ambiental:

Es el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente.

La empresa reducirá dicho impacto tomando las siguientes acciones:

- ✓ Revisión de la eficiencia energética de la empresa
- ✓ Correcto uso del agua
- ✓ Respetar el medio ambiente, evitando en lo posible cualquier tipo de contaminación
- ✓ Seguimiento de la gestión de los recursos y los residuos

6.14 Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo:

Rendimiento esperado de la mejor alternativa de inversión con igual riesgo. La empresa tiene un COK de 19.50%.

Tabla 53: Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

CÁLCULO DEL *COK$_e$*

) ***Desapalanca el β de la Empresa Americana***

β_a	0.89
D/E	26.16%
t	14.09%
β_d	**0.72341**

$$\beta_d = \frac{\beta_a}{\left[1+(1-t)\times\frac{D}{E}\right]}$$

) ***Apalanca el β de la Empresa Peruana***

β_d	0.72341
E	51.07%
D	48.93%
t	27.00%
β_a	1.22947

$$\beta_a = \beta_d \times \left[\frac{E+D(1-t)}{E}\right]$$

Se reemplaza en la fórmula del CAPM:

)

R_f	2.13%
β_a	1.23
Rm - Rf	8.00%
RP	1.65%
Inflac	4%
R cambiario	5%
K_e	**19.50%**

www.finance.yahoo.com

$$K_e = R_f + \beta(R_m - R_f) + RP + Inflación$$

http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/

Donde:
K_e = Costo de Oportunidad del Capital propio (Coke)
R_f = tasa libre de riesgo (T-bond peruano)
R_m = Retorno esperado del mercado (Rentabilidad Sector)
β = Sensibilidad de la acción al

Fuente: Elaboración Propia

6.15 Cuadro de riesgo del tipo de cambio:

Para el proyecto se ha analizado diferentes situaciones en base a la variación del tipo de cambio contando con diferentes escenarios tales como crítico, conservador y óptimo. Se ha tomado en consideración el tipo de cambio conservador para el presente proyecto.

Tabla 54: Escenarios según variación en el tipo de cambio

ESCENARIOS SEGÚN VARIACION EN EL TIPO DE CAMBIO						
Años	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO EN $	VENTA TOTAL $.	TC = 3.02	TC = 3.30	TC = 3.50
				CRITICO	CONS.	OPTIM
AÑO 1	73,728	$2.45	$180,675.59	S/. 7.40	S/. 8.09	S/. 8.58
AÑO 2	76,191	$2.45	$186,710.15	S/. 7.40	S/. 8.09	S/. 8.58
AÑO 3	78,735	$2.45	$192,946.27	S/. 7.40	S/. 8.09	S/. 8.58
AÑO 4	81,365	$2.45	$199,390.68	S/. 7.40	S/. 8.09	S/. 8.58
AÑO 5	84,083	$2.45	$206,050.33	S/. 7.40	S/. 8.09	S/. 8.58

Fuente: Elaboración Propia

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones:

- ✓ El mercado destino es Estados Unidos, específicamente New York debido a la gran demanda de mermelada de sabores diferentes a los tradicionales
- ✓ Se utiliza estrategias de precio, ventas y distribución para lograr ventajas competitivas frente a nuestros competidores por ejemplo por precios oscilan a los indicados en destino.

- ✓ Se realizó matrices para seleccionar el distrito de funcionamiento, el país y el estado destino, el agente de Aduana entre otros con la finalidad de escoger lo más apropiado para la empresa.

7.2 Recomendaciones:

- ✓ Diversificar la gama de productos naturales para fidelizar al cliente ya que lo brindado es una alternativa saludable.
- ✓ Se debe buscar otras alternativas de maquilas con el objetivo de cubrir cualquier inconveniente para cumplir con el just in time.
- ✓ Se recomienda realizar un estudio de mercado como encuestas online entre otros con la finalidad de identificar sus gustos y los factores que influyen en su compra.
- ✓ Estar informados y alertas de los cambios y promociones que realizan los competidores ya que debemos innovar y anticiparnos a la competencia.

BIBLIOGRAFIA:

- Aduana. (2017). Tratamiento arancelario por subpartida nacional. Recuperado de http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias

- Argentina Trade Net. (2017). Estudio de Mercado de Jaleas y Mermeladas en el Noreste de Estados Unidos. Recuperado de http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/datos/docus/Estudio%20de%20jaleas%20y%20mermeladas.pdf

- Banco GNB. (2017). Tarifario: Cartas de crédito de exportación. Recuperado de http://www.bancognb.com.pe/inicio/banca-empresas/comercio-exterior/carta-credito-importacion

- Banco Financiero. (2017). Tarifario de Cartas de crédito de exportación. Recuperado de https://www.financiero.pe/portal/sites/default/files/documents/tarifario_detallado_cartas_de_credito.pdf

- Banco Interbank. (2017). Tarifario de Cartas de crédito de exportación y stand by recibidos. Recuperado de https://interbank.pe/cobra-via-carta-credito#!lq-pd-4

- Banco Mundial. (2017).¿Qué es RSE?. Recuperado de https://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Que_es_RSE.pdf

- BBC Mundo. (2017). Cuáles son las 10 ciudades del mundo que más crecerán en la próxima década. Recuperado de http://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/02/160203_econonomia_ciudades_mundo_mas_crecimiento_proxima_decada_ap as

- BBVA Continental. (2017). Solicitud de carta de crédito. Recuperado de https://www.bbvacontinental.pe/fbin/mult/solicitud_de_emision_carta_de_credito_tcm1105-421644.pdf

- Blogspot. (2017). Exportación de mermelada de rocoto. Recuperado de http://exportaciondemermeladaderocoto.blogspot.pe/2016_02_01_archive.html

- Cadenas agroalimentarias gastronómicas inclusivas. (2017). Lúcuma. Recuperado de http://www.apegamercados.pe/producto/lucuma/

- Cámara de Comercio de Bogotá. (2017). Etiqueta, envase, empaque y embalaje. Recuperado de https://es.slideshare.net/liliagutierrezbautista/almacenamiento-empaque-embalaje-y-paletizado

- Central Intelligence Agency. (2017). The World Factbook. Recuperado de https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/us.html

- DIGESA. (2017). Texto Único de Procedimientos Administrativos(TUPA). Recuperado de http://www.digesa.sld.pe/expedientes/tupas.aspx

- Dirección Nacional de Cuentas Nacionales del Instituto Nacional de Estadística e Informática –INEI. (2010). Clasificacion Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas. CIIU Revisión 4. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecusivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf

- El buen artesano. (2017). Frascos. Recuperado de http://www.elbuenartesano.com/FRASCOS-DE-VIDRIO-LIMA-PERU-ENVASES-DE-VIDRIO-MIEL-ABEJA-MERMELADAS-CONSERVAS-MANJAR-BLANCO.html

- Empresa y Economía. (2017). El contrato de compra-venta internacional. Recuperado de http://empresayeconomia.republica.com/herramientas/el-contrato-de-compra-venta-internacional.html

- Encaja. (2017). Los símbolos ISO para embalaje. Recuperado de http://blog.cajaeco.com/los-simbolos-iso-para-embalajes/

- Expansión/Datosmacro.com. (2017). New York. Recuperado de http://www.datosmacro.com/paises/usa-estados/nueva-york

- Gestión. (2016). Estados Unidos ofrece grandes oportunidades para mermeladas y purés peruanos. Recuperado de http://gestion.pe/economia/estados-unidos-ofrece-grandes-oportunidades-mermeladas-y-pures-peruanos-2167312

- INDECOPI. (2017). Registro de Marca y otros Signos. Recuperado de https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos#nombre

- INEI. (2017). Clasificacion Industrial Internacional Uniforme. Recuperado de http://proyectos.inei.gob.pe/ciiu/

- Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas. (2017). Guía para hacer una cotización internacional. Recuperado de http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/guiaparaexportar/349-guia-para-hacer-cotizacion-internacional

- La República. (2017). Podemos considerar a la kiwicha un superalimento. Recuperado de http://larepublica.pe/04-11-2014/podemos-considerar-a-la-kiwicha-un-superalimento

- Manejo de pallets. (2017). Pallet clásico. Recuperado de http://www.manejodepallets.com/index.php/venta-de-pallets-para-exportadores/pallet-clasico/
- Ministerio de Agricultura y Riego. (2017). Producción hortofrutícola. Recuperado de http://siea.minagri.gob.pe/siea/?q=produccion-hortofruticola
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2017). Acuerdo de Promoción Comercial PERÚ-EE.UU. Recuperado de http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/eeuu/espanol/Lista_Arancelaria_EUA.pdf
- Ministerio de trabajo y promocion del empleo. (2017). Alcances sobre el contenido básico de la regulación legal del contrato individual de trabajo. Recuperado de http://www.trabajo.gob.pe/boletin/boletin_2_1.html
- Ministerio de trabajo y promocion del empleo. (2017). Contratos sujetos a modalidad. Recuperado de http://www.mintra.gob.pe/contenidos/drt/servicios/triptico_serie_09.pdf
- Ministerio de trabajo y promocion del empleo.(2017). Derechos laborales de los trabajadores. Recuperado de http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/DLT_formacion_laboral.pdf
- Municipalidad de San Martín de Porres.(2017). Gestión y Modernidad Municipal. Recuperado de http://www.mdsmp.gob.pe/gestion.php?sec=16
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2017). Requisitos reglamentarios. Recuperado de http://www.fao.org/docrep/007/y4838s/y4838s06.htm#bm6.2

- Peru 21. (2016). Conoce el nuevo valor de la UIT para el 2017, aprobado por el Gobierno. Recuperado de http://peru21.pe/economia/nuevo-valor-uit-2017-aprobado-gobierno-2265661

- Programa MiEmpresaPropia. (2017). Sociedad Anónima Cerrada S.A.C. Recuperado de http://mep.pe/sociedad-anonima-cerrada-sac/

- PROMPERU. (2017). Distribución física internacional-DFI. Recuperado de http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=9157E8CF-1B2C-4014-95C6-BD936988CCA0.PDF

- PROMPEX. (2017). Proceso operativo de exportación. Recuperado de http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=EBFCE9E8-5E0F-4130-95EA-04A210CA4441.PDF

- Pymex. (2017). Cartas de crédito: Confirmada y No confirmada. Recuperado de https://pymex.pe/exportaciones-peruanas/aprenda-a-exportar/cartas-de-credito-confirmada-y-no-confirmada

- Rusia Export Consulting. (2017). Tipos de carta de crédito. Recuperado de https://rusiaexport.wordpress.com/2008/03/21/tipos-de-carta-de-credito/

- Santander TradeMap. (2017). Estados Unidos: Llegar al consumidor. Recuperado de https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor#marketing

- Santander TradePortal. (2017). Incoterms 2010. Recuperado de https://es.portal.santandertrade.com/banca/incoterms-2010#haut

- Santander TradePortal. (2017). Medios de pago internacionales. Recuperado de https://es.portal.santandertrade.com/banca/peru/guia-comercio-exterior-medios-de-pago

- Sea Rates. (2017). Puerto de New York. Recuperado de https://www.searates.com/es/port/new_york_us.htm

- Servicio nacional de aprendizaje. (2017). Símbolos de manejo y manipulación de mercancías (Pictogramas). ISO 780 y 7000. Recuperado de https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/137126_1_VIRTUAL/contenidos/oaaps/oaap6/oas/oa_simbolosmercancias/pdf/oa_simbolos_y_manejo_de_mercancias.pdf

- SIICEX. (2017). Contrato de Compra Venta Internacional. Recuperado de www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/469767587radC713A.doc

- SIICEX. (2017). Contrato de compra venta internacional. Recuperado de http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/137f0d29-35d6-4ede-b74c-4e1e09b7f0e3.pdf

- SIICEX. (2017). Flujo exportador. Recuperado de http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=293.26200

- SIICEX. (2017). Guía de Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios para Exportar Alimentos a los Estados Unidos. Recuperado de http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req_usa.pdf

- SIICEX. (2017). Productos naturales. Recuperado de http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/Catalogo%20productos.pdf

- Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. 2017. Producto/ Mercado. Recuperado de http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=%20115%20&pnomproducto=%20L%FAcuma

- SUNAT. (2017). Exportación definitiva. Recuperado de http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/despa-pg.02.htm

- SUNAT. (2017). Nuevo Régimen Único Simplificado - Nuevo RUS. Recuperado de http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/nuevo-regimen-unico-simplificado-nuevo-rus

- SUNAT. (2017). PDT- PLAME. Recuperado de http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/pdt-plame/3228-01-concepto-pdt-plame

- SUNAT. (2017). Regimen especial del impuesto a la renta . Recuperado de https://www.sunat.gob.pe/ol-ti-itmoddatruc/RTAESP.html

- SUNAT. (2017). Regimen general del impuesto a la renta . Recuperado de https://www.sunat.gob.pe/ol-ti-itmoddatruc/RTA3RA.html

- SUNAT. (2017). Régimen Laboral de la Micro y Pequeña Empresa. Recuperado de http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html

- SUNAT. (2017). Régimen MYPE tributario. Recuperado de http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimen-mype-tributario

- United States International Trade Commission. (2017). Harmonized Tariff Schedule (2017 HTSA Basic Edition). Recuperado de file:///C:/Users/Sony/Downloads/Chapter%2020.pdf

- United State Census Bureau. (2017). U.S. and World Population Clock. Recuperado de https://www.census.gov/popclock/

ANEXOS:

1) Cotizaciones de insumos y maquila

2) Modelo de cotización internacional

3) Modelo de contrato de compra venta internacional

4) Solicitud de carta de crédito

5) Tarifarios de diferentes bancos peruanos

COTIZACIÓN N° 5121
Lima, 11 de Abril del 2017

Srta. Giovanna Botello Menendez

Estimada:

La presente tiene por objetivo detallar la cotización de los productos solicitados:

Ítem	Descripción	Medidas Largo x Ancho x Alto	Material	Cantidad	Precio Unitario sin IGV.
001	CAJA CONVENCIONAL + SEPARADORES NO IMPRESION	22.5 x 30 x 13.5	T150 KRAFT	6144	S/ 1.79
002	CAJA CONVENCIONAL PARA EXPORTAR NO IMPRESION	60 x 90 x 30	T200BC KRAFT T200BC KRAFT	768 1000	S/17.70 S/. 11.90

Los precios no incluyen el I.G.V.
Moneda: Nuevos Soles.
Forma de pago: Adelantado.
TODOS LOS PEDIDOS TENDRAN UNA TOLERANCIA DEL +/- 10 EN LA CANTIDAD DEL PEDIDO, EL ENVIO DE LA OC ACEPTA ESTA CONDICIÓN.
La falta de pago devengará intereses y mora en la tasa máxima fijada por el BCR art. 242 y 243 del código civil.
Entrega: 10-12 días útiles luego de aprobado el diseño, recepcionada la orden de compra y adelanto
Esta cotización elimina cualquier cotización anterior que contenga los mismos productos.
Cualquier modificación en los datos de los productos detallados genera variación de precios.
Cualquier alteración de un pedido ya confirmado deberá ser corroborado por escrito y estará sujeto a la aceptación de DI CARTON S.A.C.
Ciudad de despacho: Lima Metropolitana
Validez de la cotización: 7 días calendario.

!!!! CONSULTAR POR EL PROGRAMA DE DESCUENTOS PARA CLIENTES DI CARTON!!!

Datos del Proveedor:
Central : 01-351 1097
RPM : 933134034
E-mail :ventas1@dicarton.pe,ventas@dicarton.pe
RUC : 20557118871
Dirección : MZA. K LOTE. 3 CASCADAS DE JAVIER PRADO LIMA - LIMA – ATE
N° de Cuenta Corriente BBVA Continental. Soles
0011-0750-73-01000009178
N° Cuenta Corriente BCP S/ (soles): 191-2146490-0-16
CCI : 00219100214649001652
N° Cuenta Corriente BCP $ (dólares): 191-2266267-1-94
CCI dólares: 002-191-00226626719 4-54
Vigencia de la Cotización: 17/04/17

Sin otro particular, quedamos a la espera de sus órdenes.

Atentamente,
DI CARTON S.A.C. – Desarrollo e Innovación en Cartón

Angel Puntriano Cuba
Ejecutivo de Ventas
Cel. 933134034

Visitanos

www.dicarton.pe

COTIZACIÓN DE ETIQUETAS

Empresa: Dicopac

Contacto: Ismael Valverde

Teléfono: 995551929

[13:04, 8/4/2017] +51 944 249 048: si

[13:05, 8/4/2017] +51 944 249 048: para 74 millares

[13:09, 8/4/2017] Dicopac - Ismael: Esas son las imágenes que irán en la etiqueta

[13:10, 8/4/2017] +51 944 249 048: a ese diseño se le va a agregar un fondo color melón, y a los costados ira la tabla nutricional con fondo melón,

[13:10, 8/4/2017] +51 944 249 048: en el otro lado los ingredientes y especificaciones de elaboración, conservando el fondo melón

[13:14, 8/4/2017] Dicopac - Ismael: Las quieres barnizadas las etiquetas

[13:15, 8/4/2017] +51 944 249 048: Es para exportar

[13:16, 8/4/2017] +51 944 249 048: que me recomiendas.

[13:16, 8/4/2017] +51 944 249 048: tampoco quiero subir mucho el costo

[13:17, 8/4/2017] Dicopac - Ismael: Te cotizo con y sin barnizado

[13:17, 8/4/2017] Dicopac - Ismael: La aplicación va ser manual

[13:18, 8/4/2017] +51 944 249 048: OK

[13:18, 8/4/2017] +51 944 249 048: gracias

[13:28, 8/4/2017] +51 944 249 048: por favor envíame el precio por este medio

[13:29, 8/4/2017] Dicopac - Ismael: Ok dame una media hora para enviarte el precio

[13:29, 8/4/2017] Dicopac - Ismael: En hojas te lo cotizo

[13:30, 8/4/2017] +51 944 249 048: OK

[14:30, 8/4/2017] Dicopac - Ismael: Sin barniz 30 soles el millar + igv con barnizado UV 33 soles el millar más igv precio por 74 millares si fuera menor la cantidad el precio puede variar

[14:32, 8/4/2017] +51 944 249 048: Gracias Ismael

[14:32, 8/4/2017] +51 944 249 048: Voy a informar y te estaré confirmando

[14:34, 8/4/2017] Dicopac - Ismael: Tiempo de entrega 4 días a partir de la orden

[14:34, 8/4/2017] Dicopac - Ismael: 50% adelantado 50% contraentrega

COTIZACIÓN DE KIWICHA

Empresa: Exportadora Agrícola Orgánica Sociedad Anónima Cerrada

Contacto: Cesar Zorilla

Correo electrónico: cesar.zorrilla@sierrayselva.com

COMPRA DE KIWICHA

Recibidos x

Giovanna Botello <gbotello1419@gmail.com> 4 may. (Hace 2 días.)

para frank.bhimajya., cesar.zorrilla

Estimados,

Mi nombre es Giovanna Botello y mi celular es 944249048.
Deseo comprar 21065 kg de kiwicha normal, deseo saber cuál es su precio. Tomar en cuenta que necesito que incluya el envío. Gracias.

Atte.

Cesar Zorrilla 4 may. (Hace 2 días.)

para mí

Estimada Giovanna,

Nuestra cotización sería como sigue:

USD 1.40 más IGV por kilo de Kiwicha con una pureza de 99.99% con servicio de selección óptica, envasada en bolsas de 25 kg. de papel Kraft triple pliego. Entrega inmediata. Forma de pago contra entrega.

Saludos Cordiales,

COTIZACIÓN DE LUCUMA

Para esta cotización se realizaron llamadas telefónicas a la empresa S & Z Proveedores, indicó que el precio del kilo de lúcuma es S/. 6.50 soles incluido IGV y envío.

Procederé a indicar los datos:

Contacto: Hugo Santos

Teléfono: 01-349-8034

Correo Electrónico: husa_13_07@hotmail.com

COTIZACIÓN DE MIEL DE CAÑA

Para esta cotización se realizaron llamadas telefónicas a Renzo Chacón indicó que el precio del kilo de miel de caña es S/. 0.25 soles incluido IGV y envío.

Procederé a indicar los datos:

Contacto: Renzo Chacón

Teléfono: 972526078

Correo Electrónico: Renzochacon@hotmail.com

COTIZACIÓN DEL ENVASE DE VIDRIO

Para esta cotización se realizaron llamadas telefónicas a la empresa EB Artisan, indicó que el costo de cada envase de vidrio es S/. 1.50 soles incluido IGV y envío.

Procederé a indicar los datos:

Contacto: Néstor Mantilla

Teléfono: 01-655-5271

COTIZACIÓN DEL DISEÑO

Para esta cotización se realizaron llamadas telefónicas a la empresa Ziccosor, indicó que el costo del diseño es S/. 650.00 soles incluido IGV.

Procederé a indicar los datos:

Contacto: Miguel Sicia

Teléfono: 01-498-7307

COTIZACIÓN DE PALETAS

Para esta cotización se realizaron llamadas telefónicas a la empresa Parihuelas y embalajes del Sur, indicó que el costo de cada paleta certificada por SENASA es S/. 61.36 soles incluido IGV y envío.

Procederé a indicar los datos:

Contacto: Carlos Chávez

Teléfono: 01- 719-4453

COTIZACIÓN DE STRETCH FILM

Para esta cotización se realizaron llamadas telefónicas a la empresa Pino Huamani Marina, indicó que el costo de cada stretch fill es S/. 8.00 incluido IGV y envío.

Procederé a indicar los datos:

Contacto: Marina Pino Huamani

Teléfono: 968090183

COTIZACIÓN DE MAQUILA

Empresa: Tecnología y Procesos Alimentarios S.A

Contacto: Enrique Eslava

Teléfono: 01-324-0225

Correos electrónicos: ventas@cosechadeoro.com; gerencia@cosechadeoro.com

Giovanna Botello <gbotello1419@gmail.com> 4 may. (Hace 2 días.)

para ventas, gerencia

Estimado enrique Eslava,

Soy Giovanna Botello y mi teléfono es 944249048(RPC). En su página web indican que realizan maquila y deseo que elaboren mermelada de lúcuma con puntos de kiwicha(es decir que la kiwicha sea visible) endulzado con miel de caña.
Por favor tomar en cuenta que deseo que ustedes compren los insumos, envases, etiqueta (yo proporcionare el modelo y datos), empaque, embalaje, etc.; quiero el producto terminado para enviarlo al puerto del callao. Y me indica cuento tiempo se demora la producción.
El país de destino es: Estados Unidos- New York, tomar en cuenta que el producto debe cumplir todos los requisitos para entrar a dicho mercado para que no lo rechacen.

Envases: 73, 728 envases de mermeladas (vidrio con tapa de metal de peso neto 350 gr, peso bruto 450 gr)
Empaques: 73, 728 unid/ 12 unid= 6144 empaques (cajas de cartón corrugado de medidas 30cm x 22.50cm x 13.50cm con separadores de cartón y en la parte de arriba colocar el papel de burbuja y luego cerrar la caja)
Embalajes: 6144empaques/ 8 empaques= 768 embalajes (cajas de cartón con doble corrugado con medidas 60cm x 45cm x 27cm)
Pallets: 768 embalajes/ 16 embalajes= 48 pallets (pallet standard de medidas 120 cm x 1.00 cm)

Todos las cajas deben ir correctamente marcadas, rotuladas y con los pictogramas estandarizados. El pallet debe contar tratamiento térmico.

Por favor he indicado todos los datos. Cabe mencionar que el mercado destino es exigente y por ende necesito que el producto cumpla con los estándares adecuados.

Espero su pronta respuesta, ya que mi cliente esta esperándome. Gracias.
El envase es el siguiente.

Gerencia Cosecha de Oro 4 may. (Hace 2 días.)

para mí

Srta. Giovanna

Buenos días
Necesitamos conocer si ya desarrollo el producto, en cuyo caso requerimos la información para poder cotizar de acuerdo a su ficha técnica o desea que se lo desarrollemos, a fin de enviarle un presupuesto por el trabajo.
Saludos cordiales
Enrique

Giovanna Botello <gbotello1419@gmail.com> 4 may. (Hace 2 días.)

para Gerencia

Estimada,
No he desarrollado el producto, deseo que ustedes lo desarrollen.
Gracias.

Gerencia Cosecha de Oro 4 may. (Hace 2 días.)

para mí

Srta. Giovanna

Según la llamada previa, el costo de la preparación y elaboración de la mermelada si usted otorga los insumos entregándole el producto listo para exportar es de US$30000.00 incluido IGV,
Y el costo de la preparación y eboración de la mermelada si nosotros adquirimos los insumos entregándole el producto listo para exportar es de US$ 75000.00 incluido IGV.
Hay que considerar que hay que resolver temas técnicos como son la mezcla de fruta con cereales, la miel de caña es negra por lo tanto la mermelada será de ese color.
Tiempo de trabajo dos semanas, con dos pruebas.
Pago 50% adelantado, 25% a la primera prueba 25% a la prueba final

Saludos cordiales
Enrique Eslava

ADUALINK S.A.C.
Interconectando Servicios Logísticos

PROFORMA Nº 2017-032372

FECHA 05/05/2017

Señor(es) : ADUALINK S.A.C.
Dirección : CALLE PADRE URRACA NRO. 276 URB. MARANGA
RUC : 20506601330 Telefono :

Ntra.Ref.: 118/
Vtra.Ref.: GIOVANNA BOTELLO
Contacto :

Ejecutivo Comercial : Mail Telefono

Transporte	:	MARITIMO		FOB US$	0.00
Contenido	:	MERMELADA EN FRASCO		FLETE US$	0.00
Bultos	:	4 PALETAS		SEGURO US$	0.00
Peso/Vol.	:	2,921.60	F.llegada : N.R.	CIF US$	0.00
A.W.-B.L.	:				
T. Operación	:	EXP. PROVISIONAL - O/E		T.Cambio	3.300

DERECHOS DE ADUANA

SERVICIOS

071	* GASTOS OPERATIVOS	50.00
345	* TELEDESPACHO	10.00
076	* DOCUMENTOS DE ADUANA	10.00
072	* TRANSPORTE /CONDUCCIO	165.00
376	* SERVICIO DE TERMINAL	320.00
067	* Vø.Bø	220.00
059	* AFORO FISICO	20.00
052	* MANIPULEO DE CARGA / OT	160.00

TOTAL DERECHOS US$ 0.00

TOTAL SERVICIOS	US$	955.00
TOTAL I.G.V.	US$	189.90
TOTAL COMISION	US$	100.00
TOTAL PROFORMA	US$ *	1,244.90

Observaciones :
BCO.SCOTIABANK :
CTAS. DERECHOS ME: 2212882 / MN: 0581909
BCO.CONTINENTAL :
CTA.DERECHOS MN: 0384-01000-17198 / ME: 0384-01000-17228
BCO.CREDITO :
MN: CTA. DERECHOS: 193-1759832-0-79 / ME: 193-1725079-1-49

Son MIL DOSCIENTOS CUARENTA Y CUATRO CON 90/10
0 DOLARES AMERICANOS

** PROFORMA SUJETA A VARIACION **

CONDICIONES DEL SERVICIO - ADUALINK SAC

- Todo Servicio que otorga ADUALINK SAC, se regula de acuerdo con las dispociciones establecidas en la Ley General de Aduanas vigente.
- Es responsabilidad y obligación del consignatario ó propietario de la carga contratar los seguros en el territorio nacional, para el transporte de su mercadería.
- ADUALINK SAC no se responsabiliza por cualquier siniestro que pudiera ocurrir con la carga que transporta en el transito de la misma.
- El consignatario o propietario de la carga que transporta ADUALINK SAC., al aceptar el servicio de transporte, libera a la empresa de toda responsabilidad.

MODELO DE COTIZACIÓN INTERNACIONAL

REF N°: 518059024862

COTIZACIÓN

Fecha:
Date: 11/09/2012

Exportador X/Sender	IMPORTADOR M/Consignee
Nombre / Name JHON JESOOP Dirección / Address R2211N ABL XIN QINGNIAN SQUARE Código Postal / Postal Code 310015 Ciudad/City HANGZHOU País / Country CHINA Teléfono / Phone number 86-869-80049	Nombre / Name DIANA GALVIS GARCIA Dirección / Address CARRERA 10 #72B-60 2 PISO Código Postal / Postal Code Ciudad/City CALI-VALLE DEL CAUCA País / Country COLOMBIA Teléfono / Phone number 2-3801776

Cantidad Item num.	Descripción de la mercancía Description of the goods	Valor $ Value	Total Value USD $
200.0 piece	Woman' PU shirts	6.30	1.260
100.0 piece	Woman'100% cotton Blouses	3.50	350
		TOTAL USD	1.610

País origen de la mercancía / Country of origin

HANGZHOU/ CHINA

ICONTERMS

FREIGHT TERM: FOB HANGZHOU

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

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

GENERALIDADES

CLAUSULA PRIMERA:

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

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

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

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

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

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

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

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

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

2.1. Es acordado por las Partes que **EL VENDEDOR** venderá los siguientes productos: …….. , y **EL COMPRADOR** pagará el precio de dichos productos de conformidad con el articulo ……

2.2. También es acordado que cualquier información relativa a los productos descritos anteriormente referente al uso, peso, dimensiones, ilustraciones, no tendrán efectos como parte del contrato a menos que esté debidamente mencionado en el contrato.

PLAZO DE ENTREGA

CLAUSULA TERECERA:

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

PRECIO

CLAUSULA CUARTA:

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

A menos que se mencione de otra forma por escrito, los precios no incluyen impuestos, aranceles, costos de transporte o cualquier otro impuesto.

El precio ofrecido con mayor frecuencia es sobre la base del Incoterms FOB ("Free on Board") si el envío se hará por vía marítima, o FCA ("Free Carrier", transportación principal sin pagar) si se hará con otra modalidad de transporte.

CONDICIONES DE PAGO

CLAUSULA QUINTA:

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

Las cantidades adeudadas serán acreditadas, salvo otra condición acordada, por medio de transferencia electrónica a la cuenta del Banco del Vendedor en su país de origen, y **EL**

COMPRADOR considerara haber cumplido con sus obligaciones de pago cuando las sumas adecuadas hayan sido recibidas por el Banco de **EL VENDEDOR** y este tenga acceso inmediato a dichos fondos.

INTERES EN CASO DE PAGO RETRASADO

CLAUSULA SEXTA:

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

RETENCION DE DOCUMENTOS

CLAUSULA SEPTIMA:

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

TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

CLAUSULA OCTAVA:

Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS acordado.

Señalando con detalle algunos aspectos que se deba dejar claro, o que decida enfatizar.

Por ejemplo, si se opta por las condiciones de entrega en la fabrica, EXW, es conveniente aclarar que el costo y la responsabilidad de cargar la mercancía al vehículo, corresponde al comprador.

Hay que recordar que una operación adicional, involucra no solo costos, como el pago a cargadores, si no también conlleva un riesgo intrínseco en caso de daño de la mercadería durante el proceso de carga.

Aunque las condiciones de INCOTERMS son claras, es recomendable discutir y aclarar estos detalles, ya que puede haber desconocimiento de una de las partes.

RETRASO DE ENVIOS

CLAUSULA NOVENA:

EL COMPRADOR tendrá derecho a reclamar a **EL VENDEDOR** el pago de daños equivalente al 0,5 % del precio de los productos por cada semana de retraso, a menos que se comuniquen las causas de fuerza mayor por parte del **EL VENDEDOR** a **EL COMPRADOR.**

INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS

CLAUSULA DECIMA:

EL COMPRADOR examinará los productos tan pronto como le sea posible luego de llegados a su destino y deberá notificar por escrito a **EL VENDEDOR** cualquier inconformidad con los productos dentro de 15 días desde la fecha en que **EL COMPRADOR** descubra dicha inconformidad y deberá probar a **EL VENDEDOR** que dicha inconformidad con los productos es la sola responsabilidad de **EL VENDEDOR.**

En cualquier caso, **EL COMPRADOR** no recibirá ninguna compensación por dicha inconformidad, si falla en comunicar al **EL VENDEDOR** dicha situación dentro de los 45 días contados desde el día de llegada de los productos al destino acordado.

Los productos se recibirán de conformidad con el Contrato a pesar de discrepancias menores que sean usuales en el comercio del producto en particular.

Si dicha inconformidad es notificada por **EL COMPRADOR, EL VENDEDOR** deberá tener las siguientes opciones:

a). Reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún costo adicional para el comparador; o.

b). Reintegrar a **EL COMPRADOR** el precio pagado por los productos sujetos a inconformidad.

COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES

CLAUSULA DECIMO PRIMERA:

EL COMPRADOR deberá informar inmediatamente a **EL VENDEDOR** de cualquier reclamo realizado contra **EL COMPRADOR** de parte de los clientes o de terceras partes en relación con los productos enviados o sobre los derechos de propiedad intelectual relacionado con estos.

EL VENDEDOR deberá informar inmediatamente a **EL COMPRADOR** de cualquier reclamo que pueda involucrar la responsabilidad de los productos por parte de **EL COMPRADOR.**

CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR

CLAUSULA DECIMO SEGUNDA:

No se aplicará ningún cargo por terminación ni a **EL VENDEDOR** ni a **EL COMPRADOR,** ni tampoco ninguna de las partes será responsable, si el presente acuerdo se ve forzado a cancelarse debido a circunstancias que razonablemente se consideren fuera de control de una de las partes.

La parte afectada por tales circunstancias deberá notificar inmediatamente a la otra parte.

RESOLUCIÓN DE CONTROVERCIAS

CLAUSULA DECIMO TERCERA:

A menos que se estipule de otra forma por escrito, todas las disputas surgidas en conexión con el presente contrato deberá ser finalmente resueltas por la ley de …….. y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes de ……., a las cuales las partes por este medio nominan excepto que una parte deseara buscar un procedimiento arbitral en concordancia con las reglas de arbitraje de …… por uno o más árbitros nombrados de conformidad con dichas reglas.

ENCABEZADOS

CLAUSULA DECIMO CUARTA:

Los encabezados que contiene este acuerdo se usan solamente como referencia y no deberán afectar la interpretación del mismo.

NOTIFICACIONES

CLAUSULA DECIMO QUINTA:

Todas las notificaciones realizadas en base al presente acuerdo deberán constar por escrito y ser debidamente entregadas por correo certificado, con acuse de recibo, a la dirección de la otra parte mencionada anteriormente o a cualquier otra dirección que la parte haya, de igual forma, designado por escrito a la otra parte.

ACUERDO INTEGRAL

CLAUSULA DECIMO SEXTA:

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

No deberá realizarse cambios o modificaciones de cualquiera de los términos de este contrato a menos que sea modificado por escrito y firmado por ambas Partes.

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de ……, a los ……. Días del mes de ……. 2017.

……	**……**
EL VENDEDOR	**EL COMPRADOR**

BBVA Continental

SOLICITUD DE CARTA DE CREDITO

_____ ____ de _____ de _____
Localidad

1 SIRVANSE EMITIR UNA CARTA DE CREDITO IRREVOCABLE (*) ☐ NO CONFIRMADA ☐ CONFIRMADA ☐ TRANSFERIBLE

2 A FAVOR DE (BENEFICIARIO):
3 DOMICILIADO EN:
Ciudad País

4 POR CUENTA Y ORDEN (ORDENANTE):
5 DOMICILIADO EN:
Ciudad País **PERU**

6 NÚMERO DE CUENTA CORRIENTE 7. RUC/DNI:
8 PERSONA ENCARGADA
TELEFONO Y ANEXO E-Mail
9 HASTA POR: Moneda (Importe en números) (Importe en letras)

10 TOLERANCIA +/- (Opcional) ☐ ☐ %

11 VÁLIDO HASTA: Días de la fecha de emisión o DD/MM/AA

12 DISPONIBLE COMO SIGUE:
☐ Por pago a la vista
☐ Por pago diferido a Importe a _____ días de fecha de embarque
☐ Por aceptación (Letra) Importe a _____ días de fecha de embarque
☐ Por pago Mixto: Indicar Importes Vista y Plazo según corresponda

13 EMBARQUES PARCIALES: ☐ Permitidos ☐ Prohibidos 14 TRANSBORDOS: ☐ Permitidos ☐ Prohibidos

15 EMBARQUE ENVIADO POR VÍA: ☐ Aérea ☐ Marítima ☐ Terrestre ☐ Postal Otro:

16 LUGAR DE CARGA: 17 LUGAR DE DESTINO:

18 FECHA LIMITE DE EMBARQUE: DD/MM/AA

19 DESCRIPCION DE MERCADERIA Y/O SERVICIOS:
Orden de Compra / N° Factura Proforma (opcional):

20 PARTIDA(S) ARANCELARIA(S):

21 TÉRMINOS INCOTERMS: Embarque Maritimo: ☐ FOB ☐ CFR ☐ CIF Otro Transporte: ☐ FCA ☐ CPT ☐ CIP OTRO

22 DOCUMENTOS NECESARIOS:
a. FACTURA COMERCIAL ☐ Originales ☐ Copias
b. CONOCIMIENTO DE EMBARQUE MARITIMO, CONSIGNADO A LA ORDEN DEL BBVA BANCO CONTINENTAL, MERCADERÍA A BORDO
NOTIFICAR A: ☐ Originales ☐ Copias
INDICANDO FLETE: ☐ Flete pagado ☐ Pagadero en destino
c. GUIA AEREA CONSIGNADA A LA ORDEN DEL BBVA BANCO CONTINENTAL
NOTIFICAR A: ☐ Originales ☐ Copias
INDICANDO FLETE: ☐ Flete pagado ☐ Pagadero en destino
d. LISTA DE EMPAQUE ☐ Originales ☐ Copias
e. OTROS DOCUMENTOS ☐ Originales ☐ Copias
☐ Originales ☐ Copias
☐ Originales ☐ Copias

23 LA POLIZA / CERTIFICADO DE SEGURO POR EL 110% DEL VALOR CIF/CIP CUBRIENDO TODO RIESGO, ENDOSADA A FAVOR DEL BANCO CONTINENTAL
CONTRATADA POR: ☐ EL BENEFICIARIO ☐ NOSOTROS EN LA COMPAÑÍA
☐ AUTORIZAMOS AL BBVA CONTINENTAL A TOMAR LA POLIZA DE SEGURO DE TRANSPORTE PARA LA MERCADERIA A IMPORTAR CON CARGO EN NUESTRA CTA. CTE / CTA. DE AHORROS INDICADA EN ESTA SOLICITUD.

24 PRESENTACIÓN DE DOCUMENTOS A MAS TARDAR ☐ DÍAS DESPUES DE LA FECHA DE EMBARQUE

25 GASTOS BANCARIOS FUERA DEL PERU POR CUENTA DE: ☐ BENEFICIARIO ☐ ORDENANTE

26 BANCO CORRESPONSAL SUGERIDO Y PAIS:
PAIS DEL BCO. CORRESPONSAL CODIGO SWIFT

27 REEMBOLSO ALADI: ☐ SI ☐ NO

28 FINANCIADA VIA LEASING ☐ SI ☐ NO

29 INSTRUCCIONES ADICIONALES:
(Opcional) NOMBRE DE PERSONA DE CONTACTO DEL BENEFICIARIO
(Opcional) EMAIL Y TELEFONO DEL BENEFICIARIO
OTRAS INSTRUCCIONES:

(*) SUJETA A LAS REGLAS Y USOS UNIFORMES RELATIVOS A LOS CRÉDITOS DOCUMENTARIOS E INCOTERMS DE CCI VIGENTES EN LA FECHA

Firma y sello del Cliente

Cartas de Crédito de Exportación y Stand By Recibidos - PJ

Interbank

Concepto	Moneda Nacional (MN)			Moneda Extranjera (ME)			Oportunidad de Cobro
	Tasa	Mínimo	Máximo	Tasa	Mínimo	Máximo	
1. CARTAS DE CRÉDITO DE EXPORTACIÓN							
COMISIONES Y GASTOS							
Comisiones usuales							
1. Comisión de aviso						US$ 70.00	Al ingreso
1.1 Comisión de gestión de swift						US$ 25.00	Al enviar mensaje
1.2 Comisión gestión de portes(1)						US$ 10.00	Al ingreso
2. Comisión de pago / negociación / utilización (2)				0.25%	US$ 60.00		A la negocia-ción.
2.1 Comisión de gestión de swift						US$ 25.00	Al enviar mensaje
2.2 Comisión gestión de portes(1)						US$ 10.00	Al pago
2.3 Comisión de gestión de courier (3)							
- USA y Latinoamérica						US$ 35.40	A la negocia-ción.
- Europa						US$ 47.20	A la negocia-ción.
- Asia y Oceanía						US$ 60.18	A la negocia-ción.
2.4 Swift de Seguimiento						US$ 25.00	A peticion del cliente
2.5 Comisión de aceptación / pago diferido (4)(5)				1.80%	US$ 60.00		A la negocia-ción.
Comisiones eventuales							
3. Comisión de confirmación (trimestre o fracción) (6)				0.25%	US$ 60.00		Al ingreso.
4. Comisión por incremento (aplicar tasa sobre el exceso)				0.25%	US$ 60.00		A la llegada de la modifica-ción.
4.1 Comisión de gestión de swift						US$ 25.00	Al enviar mensaje
4.2 Comisión gestión de portes(1)						US$ 10.00	A la modificación

Cartas de Crédito de Exportación y Stand By Recibidos - PJ

Interbank

Concepto	Moneda Nacional (MN)			Moneda Extranjera (ME)			Oportunidad de Cobro
	Tasa	Mínimo	Máximo	Tasa	Mínimo	Máximo	
5. Comisión de prórroga (fuera del período inicial) (7)				0.25%	US$ 60.00		A la llegada de la modificación
5.1 Comisión de gestión de swift						US$ 25.00	A la modificación
5.2 Comisión gestión de portes(1)						US$ 10.00	A la llegada de la modificación
6. Comisión por pre - aviso						US$ 40.00	A la llegada del pre - aviso del exterior.
6.1 Comisión de gestión de swift						US$ 25.00	A la modificación
6.2 Comisión gestión de portes(1)						US$ 10.00	A la llegada del pre aviso
7. Comisión de anulación o descargo						US$ 40.00	Al momento de la anulación o descargo.
7.1 Comisión de gestión de swift						US$ 25.00	Al enviar mensaje
7.2 Comisión gestión de portes(1)						US$ 10.00	Al momento de la anulación o descargo.
8. Otras modificaciones						US$ 55.00	A la llegada de la modifica-ción, incremento o prórroga.
8.1 Comisión de gestión de swift						US$ 25.00	A la modificación
8.2 comisión gestión de portes(1)						US$ 10.00	A la modificación
9. Comisión de transferencia de carta de crédito (8)				0.15%	US$ 70.00		A solicitud del cliente.
9.1 Comisión de gestión de swift						US$ 25.00	Al enviar mensaje

Cartas de Crédito de Exportación y Stand By Recibidos - PJ

Interbank

Concepto	Moneda Nacional (MN)			Moneda Extranjera (ME)			Oportunidad de Cobro
	Tasa	Mínimo	Máximo	Tasa	Mínimo	Máximo	
9.2 Comisión gestión de portes[1]						US$ 10.00	Al enviar mensaje
10. Comisión de discrepancias [9]						US$ 60.00	A la negocia-ción.
11. Emisión de cartas compromiso o autenticación de carta de crédito [10]						US$ 50.00	A solicitud del cliente.
11.1 Comisión de gestión de swift						US$ 25.00	A la emisión
11.2 Comisión gestión de portes[1]						US$ 10.00	A la emisión
11.3 Transferencia de Fondos						US$ 25.00	Al monto del pago
12. Comisión trámite ALADI [11]				0.02%			
12.1 Reembolso ALADI						US$ 30.00	Por cada negociación
13. Remesa Complementaria						US$ 35.00	
13.1 Comisión de gestión de swift						US$ 25.00	
13.2 Comisión gestión de portes [1]						US$ 10.00	
14. Llamada Internacional						US$ 30.00	
15.Autenticación de la Carta de Crédito						US$ 35.00	
2. STAND BY RECIBIDOS							
COMISIONES Y GASTOS							
Comisiones usuales							
1. Comisión de aviso [12]						US$ 100.00	Al ingreso
1.1 Comisión de gestión de swift						US$ 25.00	Al ingreso
1.2. Comisión gestión de portes[1]						US$ 10.00	Al ingreso
Comisiones eventuales							
2. Comisión de confirmación por trimestre o fracción [13]				0.25%	US$ 100.00		Al ingreso

Cartas de Crédito de Exportación y Stand By Recibidos - PJ

Interbank

Concepto	Moneda Nacional (MN)			Moneda Extranjera (ME)			Oportunidad de Cobro
	Tasa	Mínimo	Máximo	Tasa	Mínimo	Máximo	
2.1 Comisión de gestión de swift						US$ 25.00	Al ingreso
2.2. Comisión gestión de portes[1]						US$ 10.00	Al ingreso
3. Comisión por incremento (aplicar tasa sobre el exceso)				0.25%	US$ 100.00		Al realizar el incremento
3.1 Comisión de gestión de swift						US$ 25.00	Al enviar mensaje
3.2. Comisión gestión de portes[1]						US$ 10.00	Al enviar mensaje
4. Comisión de prórroga (fuera del período inicial) [7]				0.25%	US$ 100.00		Al realizar la prórroga
4.1 Comisión de gestión de swift						US$ 25.00	Al enviar mensaje
4.2. Comisión gestión de portes[1]						US$ 10.00	Al enviar mensaje
5. Modificación						US$ 60.00	A la llegada de la modifica-ción.
5.1 Comisión de gestión de swift						US$ 25.00	A la modificación
5.2. Comisión gestión de portes[1]						US$ 10.00	A la modificación
6. Comisión por anulación o descargo						US$ 60.00	Al momento de la anulación o descargo.
6.1 Comisión de gestión de swift						US$ 25.00	Al descargo o anulación
6.2. Comisión gestión de portes [1]						US$ 10.00	Al descargo o anulación
7. Comisión de ejecución o pago [14]				0.50%	US$ 150.00		A la ejecución
7.1 Comisión de gestión de swift						US$ 25.00	A la ejecución.
7.2. Comisión gestión de portes[1]						US$ 10.00	A la ejecución

Cartas de Crédito de Exportación y Stand By Recibidos - PJ

Interbank

Concepto	Moneda Nacional (MN)			Moneda Extranjera (ME)			Oportunidad de Cobro
	Tasa	Mínimo	Máximo	Tasa	Mínimo	Máximo	
8. Impuesto a las transacciones financieras (ITF)	(15)			(15)			Al efectuar débito de las cuentas corrientes del cliente para el pago de comisio-nes.
9. Ingreso de stand by del exterior (cuando el cliente la trae)						US$ 55.00	Al ingreso

Notas:

(1) Incluye fotocopias y tramites BCR.
(2) Se cobra sobre el monto negociado.
(3) Dependiendo del país de destino.
(4) Se cobra sobre el monto negociado y cuando la carta de crédito es a plazo.
(5) Tasa nominal anual (TNA).
(6) La tasa está sujeta al riesgo comercial y riesgo país del banco emisor y como tal, es susceptible de ser modificada (se revisará caso por caso).
(7) En el caso que la carta de crédito sea confirmada. Se cobra por trimestre o fracción.
(8) Se cobra sobre el monto de la operación. Se da cuando se envía a un segundo beneficiario.
(9) En caso se presenten discrepancias.
(10) Si los hubiera.
(11) Se cobra si el pago de la carta de crédito es bajo convenio ALADI.
(12) No se aplicará ningún cobro cuando se esté garantizando una facilidad crediticia o carta fianza.
(13) Se cobra sobre el monto de la operación.
(14) Sobre el monto a ser ejecutado.
(15) El cobro se realizará según tasa vigente en el tarifario Servicios Varios PJ para dicho concepto.

La empresa tiene la obligación de difundir información de conformidad con la Ley N° 28587 y el Reglamento de Transparencia de Información y Disposiciones Aplicables a la Contratación con Usuarios del Sistema Financiero, aprobado mediante Resolución SBS N° 8181-2012

Información actualizada a Marzo de 2016

BANCO FINANCIERO

CLASE: COMERCIO EXTERIOR
PRODUCTO: CARTAS DE CRÉDITO DE EXPORTACIÓN
FECHA DE ACTUALIZACIÓN: 10/04/15
BANCA: PERSONA JURÍDICA

CONCEPTO	EN M.E.		MODALIDAD/ OPORTUNIDAD DE COBRO	OBSERVACIONES
	tasa / US$	USD		
COMISIONES				
Comisiones usuales				
1. Comisión de aviso o registro		$60.00 Flat	A la notificación/ registro	Eq. S/ 210.00
1.1.- Comisión por envío de información periódica		$11.00		Eq. S/ 38.50
1.2.- Comisión por envío y seguimiento de información al exterior - Servicio Swift		$25.00		Eq. S/ 87.50
2. Comisión de Negociación (*)	0.25%	Min. $70.00	A la negociación	Eq. S/ 245.00
Comisiones eventuales				
3. Comisión de confirmación (por trimestre o fracción) (*)	0.25%	Min. $70.00	A la confirmación	Eq. S/ 245.00
4. Comisión de aceptación o pago diferido	2.5% anual	Mín. $60.00 Flat	A la negociación	Eq. S/ 210.00
5. Comisión por enmienda/modificación (que no implique prórroga o incremento)		$50.00 Flat	A la enmienda	Eq. S/ 175.00
5.1. Comisión por envío de información periódica		$11.00		Eq. S/ 38.50
5.2.- Comisión por envío y seguimiento de información al exterior - Servicio Swift		$25.00		Eq. S/ 87.50
6. Comisión por incremento o prórroga (*)	0.25%	Min. $70.00	Al incremento o prórroga	Eq. S/ 245.00 Por trimestre o fracción de la validez, se cobra sólo si es confirmada
7. Comisión por transferencia (para créditos transferibles)	0.125%	Min. $40.00	A la transferencia	Eq. S/ 140.00
8. Comisión por Discrepancia		$60.00 Flat	A la negociación	Eq. S/ 210.00
9. Comisión por emisión de cartas compromiso		$60 Flat		Eq. S/ 210.00

CONCEPTO	TARIFAS EN M.E.		MODALIDAD/ OPORTUNIDAD DE COBRO	OBSERVACIONES
	tasa	US$		
10. Comisión por envío y seguimiento de la correspondencia documentaria (dependiendo del país de destino)			A la negociación	
Usa y Latinoamérica		$30.00		Eq. S/ 105.00
Europa		$45.00		Eq. S/ 157.50
Asia y Oceanía		$60.00		Eq. S/ 210.00
11. Comision de Autenticacion de Carta de Crédito		$35.00 Flat	Al recibir la instrucción	Eq. S/ 122.50
12. Comision por Remesa Complementaria (*)		$20.00 Flat	Al remesar documentos	Eq. S/ 70.00
13. Comisión por trámite ALADI		$30.00 Flat	Al trámite	Eq. S/ 105.00 Sólo si es bajo el convenio ALADI
14. Comisión por no utilización		$50.00 Flat	Al descargo	Eq. S/ 150

(*) Adicionalmente se cobrará US$ 25.00 de Swift y US$ 11.00 de Portes

(*1) Adicionalmente se cobrará US$ 11.00 de Portes

(*2) Se establecerá caso por caso.

La empresa tiene la obligación de difundir información de conformidad con la Ley N° 28587 y el Reglamento de Transparencia de información y Disposiciones aplicables a la contratación con Usuarios del Sistema Financiero, aprobado mediante Resolución SBS N° 8181-2012.

BANCO GNB

Fecha de Vigencia: 21/09/2015

BANCA EMPRESA
TARIFARIO: CARTAS DE CRÉDITO DE EXPORTACIÓN
TASAS, COMISIONES Y GASTOS

COMERCIO EXTERIOR	TARIFA	MÍN.	MÁX.	OBSERVACIONES
	M.E.	M.E.	M.E.	
	US$	US$	US$	
COMISIONES				
Comisiones Usuales				
Comisión por aviso(*)	60.00			
Comisión por negociación/ utilización/Pago(*)	0.25%	60.00		Sobre el monto de documentos negociados.
Gasto por Courier, si aplica				Se traslada costo Courier.
Adicionalmente, si la carta de crédito es a plazo, se cobrará:				
Comisión por aceptación/pago diferido (*)	2.00%	60.00		Cobro anual por el plazo del pago.
Comisiones Eventuales				
Comisión por confirmación/ nominación(*)	0.25%	60.00		Cobro por trimestre o fracción sobre el monto de la Carta de Crédito.
Comisión por incremento/aplicar tasa sobre exceso(*)	0.25%	60.00		Comisión por trimestre o fracción calculada sobre el monto del incremento.
Comisión por prórroga/fuera del periodo inicial(*)	0.25%	60.00		Sobre el importe de la Carta de Crédito. Cobro trimestre o fracción por la extensión del plazo.
Comisión por pre aviso, modificación, anulación, descargo o prórroga dentro del periodo de apertura inicial, autenticación de Carta Crédito de Exportación, renegociación de documentos(*)	40.00			

Comisión por transferencia de Carta de Crédito(*)	0.25%	60.00		Sobre el monto de los documentos.
Comisión por discrepancias	60.00			Por documentos presentados con discrepancias.
Comisión por emisión de Cartas Compromiso(*)	35.00			
Comisión transferencia de fondos/emisión cheques(*)	25.00			
Comisión Remesa Complementaria(*)	20.00			
Gasto por Courier, si aplica				Se traslada costo Courier.
Comisión por revisión de documentos (revisiones adicionales)(*)	60.00			Por utilizaciones fallidas.
Comisión por trámites diversos	15.00			Para registrar Cartas de Crédito recibidas directamente del Cliente/ Fotocopias.
Comisiones Usuales aplicables a eventos marcados con (*)				
(*) Swift	20.00			Generación y envío de información por cualquier medio.
(*) Portes	11.00			

NOTAS IMPORTANTES:

- Banco GNB Perú S.A. (EL BANCO) tiene la obligación de difundir información de conformidad con la Ley Nº 28587 y el Reglamento de Transparencia de Información y Disposiciones Aplicables a la contratación con Usuarios del Sistema Financiero, aprobado mediante Resolución SBS Nº 8181-2012 en lo que resulte aplicable.

- Las comisiones y gastos aplican por moneda. Se aplicará el tipo de cambio que EL BANCO tenga vigente al momento en que se efectúe la transacción.

- Conforme a la ley vigente, los créditos y débitos en las cuentas estarán afectos al ITF, cuya tasa actual es de 0.005%.

- EL CLIENTE declara conocer que pueden existir otros cargos originales por operaciones vinculadas a otros productos y/o servicios que ofrece EL BANCO. Para mayor información consulte nuestros Tarifarios en www.bancognb.com.pe/tarifarios o en nuestra Red de Agencias.

(*) Adicionalmente, en caso aplique, se cobrará la Comisión por Mensaje Swift enviado (a cobrarse en el momento que se efectúe la operación) de US$ 20.00 o su equivalente en moneda nacional, y/o la Comisión por Portes (por cada operación) de US$ 11.00 o su equivalente en moneda nacional.