



**EXPORTACIÓN DE EXTRACTO DE ALGARROBA  
(ALGARROBINA) HACIA EL MERCADO DE  
NEW JERSEY - ESTADOS UNIDOS**

**PRESENTADO POR  
BENNY FRANZ CALLE MONTALVÁN**

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

**LIMA – PERÚ**

**2017**



**CC BY-NC-ND**

**Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada**

La autora sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

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



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad de  
Ciencias Administrativas  
y Recursos Humanos

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

**PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**EXPORTACIÓN DE EXTRACTO DE ALGARROBA (ALGARROBINA)**

**HACIA EL MERCADO DE NEW JERSEY - ESTADOS UNIDOS**

**PARA OPTAR**

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

**PRESENTADO POR:**

**BENNY FRANZ CALLE MONTALVÁN**

**LIMA, PERÚ**

**2017**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mis abuelos, por su increíble amor y aliento constante.

A mis padres y hermanos por el apoyo brindado para poder crecer como persona y profesional.

A mi esposa, por sus muestras de amor y por su constante esfuerzo para ayudarme a cumplir esta meta.

A mis hijos, por ser parte de mi historia.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis profesores y amigos que estuvieron durante la etapa universitaria, por compartir sus conocimientos y motivaciones.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Tambo del Norte Peruano es una propuesta de exportación innovadora que tiene como producto principal el extracto de algarroba – algarrobina el cual será exportado hacia el mercado de New Jersey – Estados Unidos. Se pudo obtener información sobre la materia prima del producto y sobre los beneficios que se obtiene al consumir este producto en la presentación a exportar. Durante los últimos 5 años, las estadísticas de exportación de algarrobina son alentadoras, por lo que considere una buena oportunidad el incursionar en el mercado de New Jersey debido a las facilidades de acceso y porque la población conoce la materia prima de nuestro producto.

La propuesta de valor de Tambo del Norte Peruano, está basada en mejorar constantemente el estilo de vida del ciudadano de New Jersey, así como el múltiple uso de consumo, como lo es de manera directa o acompañamiento. La marca del producto fue definida adaptándonos al mercado destino, considerando imágenes en el etiquetado para mayor detalle y de envases de vidrio para poder llamar la atención de los compradores desde la presentación. La marca Tambo del Norte Peruano busca posicionarse en Estados Unidos, estado de New Jersey, brindado un producto de calidad y cumpliendo los requisitos para ingreso en el país destino. El mercado objetivo se definió utilizando las variables de población, consumo per cápita, ingreso promedio, obstáculos burocráticos, barreras de acceso y afinidad cultural, resultado como el destino más adecuado el país de Estados Unidos.

Aun considerando una participación de mercado mínima para el primer año de operaciones, la comercialización de Tambo del Norte Peruano S.A.C. es viable al generar ingresos suficientes para obtener una utilidad neta de \$ 55,527.24 dólares en el primer año de operación, considerando embarques mensuales, cada uno de 60 cajas de 1440 envases.

Para los primeros cinco años de operaciones, el proyecto tendrá un VAN Económico de \$ 44,872.06 dólares y una Tasa Interna de Retorno del 52.11%. En cuanto al VAN Financiero de \$58,629.10 dólares y una Tasa Interna de Retorno del 59.40%

Un producto excepcional, un mercado de demanda creciente y estrategias de marketing de primer nivel, hacen viable la comercialización del extracto de algarroba a los Estados Unidos.

## ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO .....	4
1. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES .....	12
1.1 Nombre o razón social .....	12
1.2 Actividad económica o codificación internacional (CIU) .....	13
1.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	13
1.4 Objetivos de la empresa, principios de la empresa en marcha.....	15
1.5 Ley de MYPE, micro y pequeña empresa, características .....	17
1.6 Estructura orgánica .....	18
1.7 Cuadro de asignación de personal.....	21
1.8 Forma jurídica empresarial .....	23
1.9 Registro de marca y procedimiento en INDECOPI .....	23
1.10 Requisitos y trámites municipales.....	26
1.11 Régimen tributario procedimiento desde la obtención del RUC.....	27
1.12 Registro de planillas electrónicas (PLAME).....	29
1.13 Régimen laboral especial y general laboral .....	31
1.14 Modalidades de contratos laborales .....	33
1.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.....	35
2. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL .....	37
2.1 Descripción del Producto .....	38
2.1.1 Clasificación arancelaria .....	39
2.1.2 Propuesta de Valor .....	40
2.1.3 Ficha Técnica Comercial .....	40
2.2 Investigación del Mercado Objetivo .....	42
2.2.1 Segmentación del Mercado Objetivo .....	42
2.2.2 Tendencias del Consumo .....	46
2.3 Análisis de la Oferta y la demanda .....	47
2.3.1 Análisis de la Oferta.....	47

2.3.2	Análisis de la Demanda.....	49
2.4	Estrategias de venta y distribución.....	54
2.4.1	Estrategia de segmentación .....	54
2.4.2	Estrategia de posicionamiento .....	55
2.4.3	Estrategia de distribución.....	56
2.5	Estrategia de promoción.....	57
3.	PLAN DE LOGISTICA INTERNACIONAL .....	60
3.1	Envases, Empaque y embalaje .....	60
3.2	Diseño del rotulado y marcado .....	62
3.2.1	Diseño del marcado.....	62
3.2.2	3.2.2 Diseño del rotulado .....	64
3.3	Unitarización y cubicaje de la carga .....	65
3.4	Cadena de DFI de Exportación .....	67
3.4.1	Determinación de requerimientos de insumos e infraestructura .....	67
3.5	Seguro de las mercancías .....	70
4.	PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL .....	71
4.1	Fijación de precios .....	71
4.1.1	Costos y precio.....	71
4.1.2	Cotización internacional .....	72
4.2	CONTRATO DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL Y SUS DOCUMENTOS.....	74
4.3	ELECCIÓN Y APLICACIÓN DE INCOTERM.....	77
4.4	DETERMINACIÓN DEL MEDIO DE PAGO Y COBRO.....	78
4.5	ELECCIÓN DEL RÉGIMEN DE EXPORTACIÓN O DE IMPORTACIÓN.....	79
4.6	GESTIÓN ADUANERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL.....	80
4.7	GESTIÓN DE LAS OPERACIONES DE IMPORTACIÓN/EXPORTACIÓN FLUJO GRAMA.....	82
5.	PLAN ECONOMICO FINANCIERO.....	83
5.1	INVERSION FIJA .....	83
5.1.1	ACTIVOS TANGIBLES .....	83
5.1.2	ACTIVOS INTANGIBLES.....	84
5.2	CAPITAL DE TRABAJO .....	84

5.3	INVERSION TOTAL .....	85
5.4	ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO .....	86
5.5	FUENTES FINANCIERAS Y CONDICIONES DE CRÉDITO .....	86
5.6	PRESUPUESTO DE COSTOS .....	89
5.7	PUNTO DE EQUILIBRIO .....	90
5.8	TRIBUTACIÓN DE LA EXPORTACIÓN.....	91
5.9	PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	92
5.10	PRESUPUESTO DE EGRESOS .....	92
5.11	FLUJO DE CAJA PROYECTADO .....	94
5.12	ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS.....	96
5.13	EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN .....	97
5.13.1	Evaluación Económica.....	97
5.13.2	Evaluación Financiera.....	98
5.13.3	Evaluación Social.....	98
5.13.4	EVALUACIÓN DE COSTO OPORTUNIDAD DEL CAPITAL DE TRABAJO .....	99
5.14	CUADRO DE RIESGO DEL TIPO DE CAMBIO .....	100
6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	104
6.1	Conclusiones .....	104
6.2	Recomendaciones .....	105
	ANEXOS .....	107
	Bibliografía .....	117

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1	Actividad Económica de la Empresa según CIU .....	13
Tabla N° 2	Categoría en función a las ventas de la ley MYPE .....	18
Tabla N° 3	Cuadro de Asignación de Personal .....	22
Tabla N° 4	Pago por Registro de Marca en INDECOPI .....	25
Tabla N° 5	Costo de Trámites Municipales.....	26
Tabla N° 6	Cuadro comparativo de los regímenes tributarios.....	27
Tabla N° 7	Conceptos de Plantilla Electrónica .....	29
Tabla N° 8	Categorías de La Planilla Electrónica .....	30
Tabla N° 9	Obligaciones en la Micro Y Pequeña Empresa.....	32
Tabla N° 10	Información nutricional de la algarrobina.....	38
Tabla N° 11	Tratamiento Arancelario por Subpartida Nacional .....	39
Tabla N° 12	Ficha Técnica del Producto.....	41
Tabla N° 13	Reporte de Exportaciones por Subpartida Nacional/País Destino 2016 .....	42
Tabla N° 14	Exportaciones peruanas a EEUU por sector 2015 – 2016 .....	43
Tabla N° 15	Datos generales de Estados Unidos.....	44
Tabla N° 16	Cantidad de Algarrobina Exportada en KG. ....	50
Tabla N° 17	Proyección de las Exportaciones.....	53
Tabla N° 18	Relación de las importaciones con el PBI y el TIPO DE CAMBIO .....	53
Tabla N° 19	Variables y regresión .....	54
Tabla N° 20	Datos generales de Estados Unidos.....	58
Tabla N° 21	Marcado de la carga .....	62
Tabla N° 22	Unitarización de la carga para la Exportación de Algarrobina .....	65
Tabla N° 23	Ventajas de la carta de crédito para el exportador e importador.....	79
Tabla N° 24	Activos Tangibles .....	83
Tabla N° 25	Activos Intangibles .....	84
Tabla N° 26	Capital de trabajo .....	84
Tabla N° 27	Inversión Total .....	85
Tabla N° 28	Estructura de Inversión y Financiamiento.....	86
Tabla N° 29	Estructura de Inversión y Financiamiento.....	86

Tabla N° 30	Cronograma de Pago por 60 meses.....	87
Tabla N° 31	Presupuesto de costo del Producto.....	89
Tabla N° 32	Costos DFI Anual (Expresado en Dólares).....	90
Tabla N° 33	Punto de Equilibrio .....	90
Tabla N° 34	Determinación del Punto de Equilibrio.....	91
Tabla N° 35	Ingresos por ventas en USD.....	92
Tabla N° 36	Depreciación de Activos Fijos .....	92
Tabla N° 37	Gastos Administrativos y Costos Fijos .....	93
Tabla N° 38	Presupuesto de gastos de venta y marketing .....	94
Tabla N° 39	Flujo de caja proyectado (Expresado en dólares) .....	95
Tabla N° 40	Estado de Ganancias y Pérdidas (Expresado en dólares).....	96
Tabla N° 41	Evaluación Económica.....	97
Tabla N° 42	Evaluación Financiera.....	98
Tabla N° 43	Modelo CAPM.....	99
Tabla N° 44	Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo.....	100
Tabla N° 45	Escenarios Económicos según tipo de cambio – ASE.....	100
Tabla N° 46	Riesgo del Tipo de cambio en el VAR y TIR Económico en los 3 escenarios (Expresado en Dólares)	101
Tabla N° 47	Escenarios financieros según tipo de cambio – ASF .....	102
Tabla N° 48	Riesgo del Tipo de cambio en el VAR y TIR Financiero en los 3 escenarios (Expresado en Dólares)	103

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1	Procedimiento para la Inscripción en Registros Públicos .....	12
Gráfico N°2	Ubicación de la Empresa.....	14
Gráfico N°3	Valores organizacionales .....	15
Gráfico N°4	Principios Organizacionales.....	17
Gráfico N°5	Organigrama .....	19
Gráfico N°6	Componentes de la planilla electrónica.....	34
Gráfico N°8	Evolución de exportaciones de algarrobina (2006 – 2015).....	49
Gráfico N°9	Uso de las Aduanas de acuerdo al tipo de exportación de Algarrobina.....	51
Gráfico N°10	Mercado de Destino de Algarrobina según Valor FOB \$ .....	52
Gráfico N°11	Forma de Distribución .....	57
Gráfico N°12	Modelo el envase de vidrio para exportación de algarrobina.....	60
Gráfico N°13	Características del embalaje para exportación de algarrobina .....	61
Gráfico N°14	Símbolos pictográficos utilizados para seguridad de la carga.....	63
Gráfico N°15	Rotulado de Extracto de Algarroba.....	64
Gráfico N°16	Cadena de la distribución física internacional .....	67
Gráfico N°17	Proceso productivo del extracto de algarroba .....	68
Gráfico N°18	Estrategias con la Asociación de productores de Lambayeque.....	69
Gráfico N°19	Modelo de Factura Comercial.....	75
Gráfico N°20	Modelo de Packing List .....	76
Gráfico N°21	Proceso del régimen de exportación definitiva .....	82

## 1. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

### 1.1 Nombre o razón social

El nombre y razón social de la empresa será: **TAMBO DEL NORTE PERUANO S.A.C.** Se optó por elegir este nombre a fin manifestar la procedencia del insumo principal de nuestro producto, y al rubro al cual queremos dedicarnos que es el de proveedores o abastecedores del extracto de algarroba.



Gráfico N°1 Procedimiento para la Inscripción en Registros Públicos

Fuente: (SUNARP, 2017)

Elaboración: Propia

## 1.2 Actividad económica o codificación internacional (CIU)

Para el presente plan de negocio vamos a desarrollar la actividad de exportación de extracto de algarroba (algarrobina) y su código CIU es:

Tabla N° 1 Actividad Económica de la Empresa según CIU

CIU	Descripción
463	Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco
4630	Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco

Fuente: (SUNAT, 2017)

Elaboración: Propia

## 1.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

La ubicación de la empresa se encuentra en el distrito de Sullana - Piura, abarcando un área de 75 (setenta y cinco) metros cuadrados en la Calle 03 N°670 Buenos Aires. El local será utilizado para nuestras actividades administrativas así como de almacenaje. De acuerdo a la evaluación de factores internos relacionados con la localización del proyecto, se ha tomado en cuenta los costos logísticos, cercanía al puerto de embarque y costo de alquiler del local.

A continuación, los siguientes gráficos expresan la ubicación exacta de la empresa y la distribución de la planta:

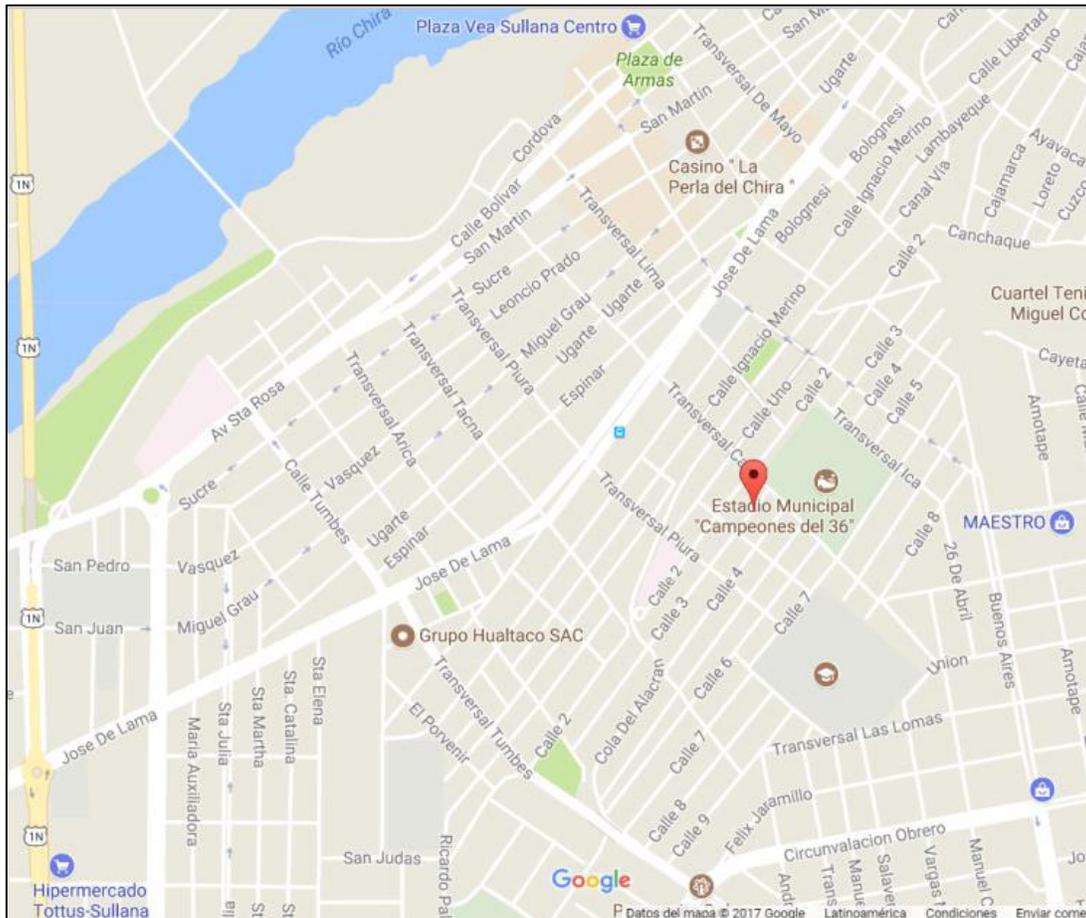


Gráfico N°2 Ubicación de la Empresa

Fuente: (Google Maps, 2017)

Elaboración: Propia

## 1.4 Objetivos de la empresa, principios de la empresa en marcha

### Misión

La misión de TAMBO DEL NORTE PERUANO S.A.C. es brindar una experiencia de alimentación agradable y saludable con productos de la mejor calidad.

### Visión

TAMBO DEL NORTE PERUANO S.A.C. apunta a ser una de las mejores empresas exportadoras comercializadoras de extracto de algarroba a nivel mundial.

### Valores



Gráfico N°3 Valores organizacionales

Elaboración: Propia

## **Objetivos**

### Objetivo estratégico principal

- Implementar un sistema de acopio, distribución y comercialización eficiente para lograr la exportación de extracto de algarroba al mercado de New Jersey – Estados Unidos.

### Objetivos estratégicos específicos

- Dar a conocer nuestro producto diseñando estrategias que permitan la entrada efectiva del producto al mercado destino.
- Satisfacer plenamente las necesidades de nuestro mercado objetivo, dándonos la oportunidad de ganar clientes siendo reconocidos por brindar producto natural y de calidad.
- Diseñar un buen plan de marketing que permita mostrar la calidad y beneficios del consumo extracto de algarroba como producto natural.
- Implementar las estrategias necesarias para una óptima distribución física internacional.

## Principios Organizacionales



Gráfico N°4 Principios Organizacionales

Elaboración: Propia

### 1.5 Ley de MYPE, micro y pequeña empresa, características

La ley vigente N° 30056, publicada con fecha 02 de julio de 2013, indica que para poder definir el tipo de empresa, este se podrá basar en el total de ventas anual, eliminando así el número máximo de trabajadores como parámetro para calificar como un MYPE, cabe recalcar que la UIT para este año 2017 es de S/4,050.00 soles.

A continuación, se muestra en la siguiente tabla los tipos de empresas en función a dicha ley:

Tabla N° 2 Categoría en función a las ventas de la ley MYPE

<b>Tipo de empresa</b>	<b>Ventas Anuales</b>
Micro Empresa	Hasta 150 UIT
Pequeña Empresa	Más de 150 UIT y hasta 1,700 UIT
Mediana Empresa	Más de 1,700 UIT y hasta 2,300 UIT

Fuente: (SUNAT, 2017)

Elaboración: Propia

Nuestra empresa TAMBO DEL NORTE PERUANO S.A.C se registrará a dicho marco legal y se denominará **Pequeña Empresa**, ya que estimamos que nuestras ventas fluctuaran durante los primeros años hasta los 150 UIT, recalcando nuevamente que el valor actual de la UIT es de S/ 4050 soles.

## 1.6 Estructura orgánica

TAMBO DEL NORTE PERUANO S.A.C. al ser una pequeña empresa nueva, solo contará con áreas específicas e indispensables para el funcionamiento de la empresa, el tipo de estructura orgánica que adoptará nuestra empresa será de tipo funcional, ya que los cargos serán asignados de acuerdo a las funciones. A continuación, se menciona de manera rápida las funciones que debe realizar cada uno de los integrantes de la organización:

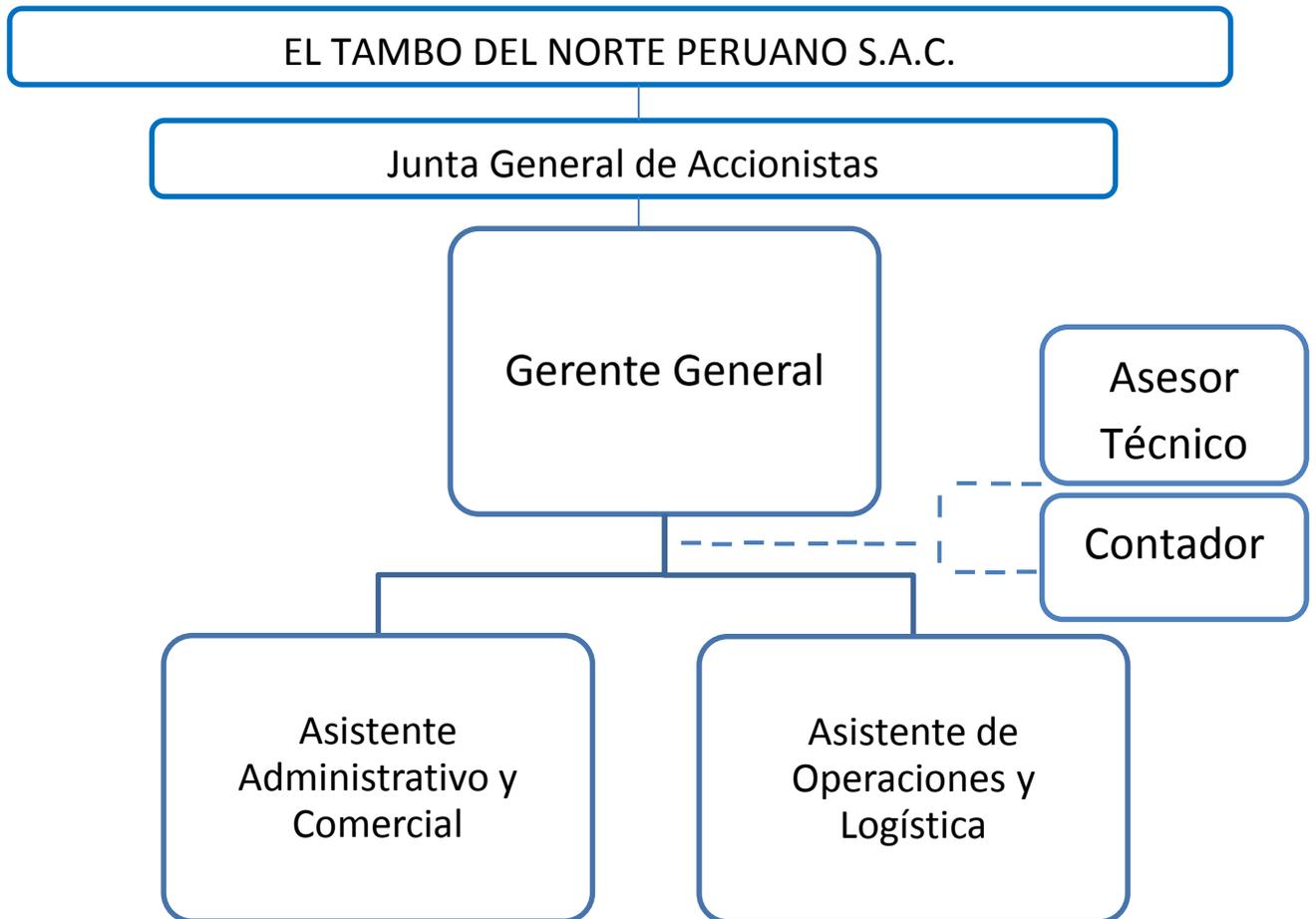


Gráfico N°5 Organigrama

Elaboración: Propia

- **Gerente General:** Representante legal de TAMBO DEL NORTE PERUANO S.A.C. facultado para la toma de decisiones, se encarga de dirigir y planificar estrategias que permitan el desarrollo de la empresa. Además:
  - Vela por el interés de la empresa.
  - Crear y mantener buenas relaciones institucionales.
  - Planea y desarrolla metas y objetivos a corto y largo plazo, así como la entrega periódica de proyecciones y avances.
  - Comunicación efectiva con el personal de la empresa.

- **Asistente Administrativo y Comercial:** La persona encargada tiene que fomentar un lazo de confianza con el cliente, a través de la utilización de herramientas con el fin de cerrar acuerdos comerciales que ayuden al desarrollo de nuestra empresa. Además realizará:
  - Supervisar y controlar los estados financieros e información complementaria.
  - Establecimiento para condiciones de pago de las líneas de crédito financieras, considerando la estructura de deuda que ha planificado la empresa, el capital de trabajo necesario para su operación y las inversiones proyectadas del negocio.
  - Elaborar los presupuestos del área.
  - Aprobar la adquisición y contratación de los bienes y servicios necesarios para la ejecución de las actividades de la empresa.
  - Conocer el mercado, para tomar las decisiones y medidas necesarias para brindar un excelente servicio.
  - Apertura de mercado, incrementando la cartera de clientes y mantener o potenciar los ya existentes.
  - Reportar al gerente general los resultados obtenidos.
  
- **Asistente de Operaciones y Logística:** Esta persona se encarga de gestionar las compras de nuestra empresa para poder desarrollar nuestro producto. Asimismo, se encargará de la distribución física del producto, así como de gestionar los elementos necesarios para que estos lleguen en las condiciones acordadas con el cliente.
  - Gestionar la compra de materia prima, insumos y otros (solicitar cotizaciones, negociación con proveedores, emisión de órdenes de compra posterior a su aprobación).

- Encargado de la verificación de calidad del producto en cada proceso.
  - Recepción, acondicionamiento y almacenamiento de la materia prima de acuerdo a los procedimientos establecidos.
  - Responsables del empaque y almacenaje del producto terminado.
  - Coordinación de los despachos con los transportistas y aduanas.
- 
- **Asesor técnico:** Personal externo que estará encargado de dar conocimientos de calidad del producto adquirido a los productores durante el acopio. Asimismo trabajara de la mano con las áreas de la empresa a fin de cumplir normativas sanitarias y de calidad para la exportación del producto.
  
  - **Contador:** Personal externo que estará a cargo de llevar y realizar las operaciones contables de la empresa cada vez que sea requerido.

## **1.7 Cuadro de asignación de personal**

Tabla N° 3 Cuadro de Asignación de Personal

Área	Personal	Remuneración Mensual S/.	Remuneración Anual S/.	Gratificación Julio	Gratificación Diciembre	CTS	Sub total	Essalud (9%)	AFP (12%)	Total planilla anual S/.	Total planilla anual US\$
Gerente General	1	1400	16,800	700	700	700	20,300	1,827	2,436	22,127	6,829
Asistente Administrativo y Comercial	1	1100	13,200	550	550	550	15,950	1,436	1,914	17,386	5,366
Asistente de Operaciones y Logística	1	1000	12,000	500	500	500	14,500	1,305	1740	15,805	4,878
Contador	1	510	6,120	-	-	-	6,120	-	-	6,120	1,889
Asesor técnico	1	510	6,120	-	-	-	6,120	-	-	6,120	1,889
										<b>67,550</b>	<b>20,849</b>

**Elaboración Propia**

**Tipo de Cambio: 3.24**

### **1.8 Forma jurídica empresarial**

TAMBO DEL NORTE PERUANO S.A.C. será constituida como persona jurídica, tal como se indica, será Sociedad Anónima Cerrada, debido a la idoneidad de esta forma jurídica para empresas familiares y pequeños negocios. Cabe resaltar que se contará con un Gerente General quien es la persona que registrara a la empresa en conjunto a un familiar como socio. Ambos socios aportaran un capital para el inicio de las actividades de la empresa. Adicionalmente nos permitirá tener desde 2 a 20 socios (para la empresa estaremos considerando 05 socios), de igual forma al inicio la empresa puede trabajar sin directorio.

Asimismo una parte de la inversión se considera será financiada a través de un banco, esta forma jurídica nos permitirá tener mayores posibilidades para acceder a este tipo de créditos.

### **1.9 Registro de marca y procedimiento en INDECOPI**

El registro de marca en Perú está a cargo de la Dirección de Signos Distintivos de INDECOPI, el cual concede el derecho exclusivo y excluyente a la utilización de un signo para la identificación del producto, diferenciándolos de los otros competidores.

Los requisitos que INDECOPI solicita a la empresa para el registro de la marca son los siguientes:

- Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la autoridad y uno para el administrativo).

- Indicar los datos de identificación del(s) solicitante(s):
  1. Para el caso de personas naturales: consignar el número del Documento Nacional de Identidad (DNI) o Carné de Extranjería (CE) e indicar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
  2. Para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
  3. En caso de contar con un representante, se deberá de indicar sus datos de identificación y será obligado presentar el documento de poder.
- Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).
- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros):
  - ✓ Si la marca es mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (03 copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).
  - ✓ De ser posible, se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: [logos-dsd@indecopi.gob.pe](mailto:logos-dsd@indecopi.gob.pe) (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles).

- Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen (Clasificación de Niza).
- En caso de una solicitud multiclase, los productos y/o servicios se deben indicar agrupados por la clase, precedidos por el número de clase correspondiente y en el orden estipulado por la Clasificación Internacional de Niza.
- De reivindicarse prioridad extranjera sobre la base de una solicitud de registro presentada en otro país, deberá indicarse el número de solicitud cuy a prioridad se reivindica, así como el país de presentación de la misma. En esta situación particular, se deberá adjuntar copia certificada emitida por la autoridad competente de la primera solicitud de registro, o bien certificado de la fecha de presentación de esa solicitud, y traducción al español, de ser el caso.
- Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.

Tabla N° 4 Pago por Registro de Marca en INDECOPI

Servicio	Constancia de pago	Costo en soles
REGISTRO DE MARCA	13.90 % de la UIT	S/ 562.95

Fuente: (INDECOPI, 2017)

Elaboración: Propia

### 1.10 Requisitos y trámites municipales

Para lograr obtener la licencia municipal de funcionamiento, será necesario acudir a la municipalidad de Sullana - Piura, debido a que este trámite demora aproximadamente un mes, existe la posibilidad de obtener una licencia de funcionamiento provisional, los requisitos para este trámite son los siguientes:

- Formato de solicitud
- Registro Único de Contribuyente (RUC)
- Certificado de Compatibilidad de Uso, donde se señale la conformidad o copia del cargo de la solicitud presentada ante la Municipalidad.
- Copia certificada notarial o legalizada por el fedatario de la Municipalidad del Testimonio de Constitución de la empresa.
- Declaración Jurada de ser micro empresa o pequeña empresa.
- Recibo de pago por los derechos correspondientes

A continuación, se muestra el costo total de dichos trámites:

Tabla N° 5 Costo de Trámites Municipales

Trámite	Costo en soles
Trámites Municipales	S/ 277.50

Fuente:

Elaboración: Propia

### 1.11 Régimen tributario procedimiento desde la obtención del RUC

Después de creada la empresa, se procedió a elegir el tipo de sociedad, posterior a ello elegiremos el régimen tributario.

Para ello, definiremos al régimen tributario, son aquellas categorías en las cuales toda persona natural o jurídica que tenga o inicie un negocio deberá estar registrada en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT, los mismos que van a establecer los niveles de pagos de impuestos nacionales.

A continuación se muestra un cuadro comparativo de los tipos de regímenes tributarios de la SUNAT:

Tabla N° 6 Cuadro comparativo de los regímenes tributarios

Características	Régimen Especial a la Renta	Régimen General del Impuesto a la Renta
<b>Ingresos Anuales</b>	No deben superar los S/. 525 000	No tiene restricciones de Ingreso
<b>Valor de activo fijo</b>	No mayor a S/. 126 000	Sin restricciones
<b>Tributos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impuesto a la renta mensual: 1.5% de ingresos netos.</li> <li>• IGV mensual: 18%.</li> <li>• Contribuciones a Essalud: 9% sobre sueldos de trabajadores.</li> <li>• Retención de 13% por ONP, salvo afiliación a AFP.</li> <li>• Por rentas de 2° y 5° categoría.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impuesto a la Renta 30%</li> <li>• IGV mensual 18%</li> <li>• Retención de 13% por ONP, salvo afiliación a AFP.</li> <li>• Por rentas de 2°, 4° y 5° categoría.</li> </ul>
<b>Comprobantes</b>	Facturas, boletas de venta, tickets de máquina registradora con derecho a crédito fiscal y efectos tributarios.	Facturas, boletas de venta, tickets de máquina registradora con derecho a crédito fiscal y efectos tributarios.
<b>Medios de pago</b>	Declaración simplificada por SUNAT Virtual (Form. Virtual 621). 2.- PDT 621 por Internet.	Pago mensual vía PDT 621 IGV por bancos o SUNAT Virtual y PDT Renta Anual.

<b>Libros</b>	Registro de compras, Registro de ventas. Registro de ventas y compras electrónicas (opcional).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hasta 150 UIT de ingresos anuales: Registro de compras, Registro de ventas y Libro Diario de Formato Simplificado.</li> <li>• Más de 150 UIT de ingresos anuales: Contabilidad completa.</li> </ul>
---------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: SUNAT – PRODUCE.

Elaboración Propia

Acorde a lo mencionado, la empresa TAMBO DEL NORTE PERUANO S.A.C. ha optado por acogerse al régimen especial a la renta (RER), además emitiremos facturas a nuestros clientes con derecho a crédito fiscal y efectos tributarios.

En concordancia a lo mencionado en el párrafo anterior, se deberá acudir al centro de servicios al contribuyente de la SUNAT que corresponda al domicilio fiscal de la empresa y proceder con la inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC).

El RUC es un registro que contiene la información del contribuyente tales como, datos de identificación, las actividades económicas, el domicilio fiscal, así los tributos a los que se encuentra afecta la empresa. Este registro está a cargo de la Superintendencia nacional de administración tributaria (SUNAT), el cual otorga de manera inmediata, un número de RUC que consta de once (11) dígitos.

### 1.12 Registro de planillas electrónicas (PLAME)

Todas las empresas deben contar obligatoriamente con un registro de planillas, con el fin de poder realizar la declaración mensual ante la SUNAT, es de esta forma que mediante la plataforma de SUNAT, se presenta a través de una planilla toda la información de empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, practicantes y personal de terceros que pertenecen a la empresa. Sin embargo, existen dos componentes que a continuación se procederá a explicar:

Tabla N° 7 Conceptos De Plantilla Electrónica

PLANILLA ELECTRÓNICA	DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	MEDIO DE ACCESO
<b>T-REGISTRO</b>	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
<b>PLAME</b>	Planilla Mensual de Pagos	Comprende información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y der derechohabientes	Se descarga el programa en <a href="http://www.sunat.gob.pe">www.sunat.gob.pe</a> , se elabora, genera archivo y envía en SUNAT Operaciones en Línea.

Fuente: SUNAT

Elaboración Propia

Tabla N° 8 Categorías De La Planilla Electrónica

<b>CATEGORIAS DE PLANILLA ELECTRÓNICA</b>	
<b>CATEGORÍA</b>	<b>DEFINICIÓN</b>
Empleador	<p>Toda persona natural, empresa unipersonal, persona jurídica, sociedad irregular o de hecho, cooperativa de trabajadores, institución privada, entidad del sector público nacional o cualquier otro ente colectivo, que remuneren a cambio de un servicio prestado bajo relación de subordinación. Adicionalmente, abarca a aquellos que:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Paguen pensiones de jubilación, cesantía, invalidez y sobrevivencia u otra pensión.</li><li>• Contraten a un prestador de servicios.</li><li>• Contraten a un personal en formación, modalidad formativa.</li><li>• Realicen las aportaciones de salud, por las personas incorporadas como asegurados regulares al Régimen Contributivo de la Seguridad Social en Salud, tales como los Pescadores y Procesadores Artesanales Independientes.</li><li>• Realicen por destaque o desplazamiento, los servicios del personal de terceros.</li><li>• Se encuentre obligado por el D.S. 001-2010-ED u otras normas de carácter especial, a abonar remuneraciones, CTS, bonificaciones y demás beneficios del personal de la Administración Pública que le sea asignado.</li></ul>
Trabajador	<p>Persona natural que presta servicios a un empleador bajo relación de subordinación, sujeto a cualquier régimen laboral, cualquiera sea la modalidad del contrato de trabajo. En el caso del sector público, abarca a todo trabajador, servidor o funcionario público, bajo cualquier régimen laboral.</p>
Pensionistas	<p>A quien percibe del empleador pensión de jubilación, cesantía, invalidez y</p>

	sobrevivencia u otra pensión, cualquiera fuera el régimen legal al cual se encuentre sujeto y sea asegurado regular al ESSALUD.
Personal en formación, Modalidad Formativa Laboral y otros	Aquellos que prestan servicios bajo alguna de las modalidades formativas reguladas por la Ley N° 28518° o cualquier otra Ley Especial XX  Aquellos que se encuentran bajo la modalidad de Servicio Civil de Graduandos (SECIGRA) en Derecho, regulada por el Decreto Ley N° 26113.
Personal de Terceros	Al trabajador o Prestador de Servicios que sea destacado o desplazado para prestar servicios en los centros de trabajo, establecimientos, unidades productivas u organización laboral de otro empleador (declarante), independientemente del hecho de que ambos mantengan un vínculo jurídico.  Cabe indicar que se informará en el T-REGISTRO siempre que el empleador del trabajador desatacado o desplazado no haya asumido el pago del Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR), siendo el pago asumido por el Declarante.

Fuente: SUNAT

Elaboración Propia

### **1.13 Régimen laboral especial y general laboral**

La Ley del Trabajo aprobada por Decreto Legislativo N° 728, del 27 de marzo de 1997 regula las relaciones entre trabajadores individuales y empleadores. Nos acogeremos al régimen especial laboral según Ley N° 28015 que promueve la formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas, facilitando el acceso a los derechos laborales y de seguridad social tanto a los trabajadores como a los empleadores.

En el siguiente cuadro se puede apreciar la comparación de los regímenes laborales que hay en el Perú:

Tabla N° 9 Obligaciones En La Micro Y Pequeña Empresa

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

Fuente: SUNAT

Elaboración Propia

#### **1.14 Modalidades de contratos laborales**

El contrato de Laboral es un acuerdo entre el empleador y el trabajador, en virtud del cual el trabajador se compromete a prestar sus servicios de forma voluntaria dentro del ámbito de organización y dirección del empleador, que se compromete al pago de una retribución.

Según la legislación laboral peruana, los contratos de trabajo pueden ser:

1. **Sin plazo de vencimiento:** el trabajador brinda sus servicios de manera personal, subordinada y remunerada, y el contrato no tiene una duración definida.
2. **Con plazo de vencimiento:** llamados contratos de trabajo a plazo fijo sujetos a modalidad estos son siempre por escrito y la norma les fija un plazo máximo y distinto dependiendo el tipo de contrato de trabajo sujeto a modalidad que suscribas.
3. **A tiempo parcial:** estos son aquellos cuya jornada diaria es inferior a cuatro horas diarias o veinte horas a la semana estos contratos generan derechos laborales limitados a diferencia de los contratos de trabajo sin plazo o con plazo.
4. **Otro tipos de contrato:** las empresas para contratar a los jóvenes sin experiencia laboral generalmente los contratan a través de modalidades formativas laborales, es decir firman convenios de carácter no laboral con la finalidad que los jóvenes frecuentemente adquieran mayor experiencia empírica en las empresas.

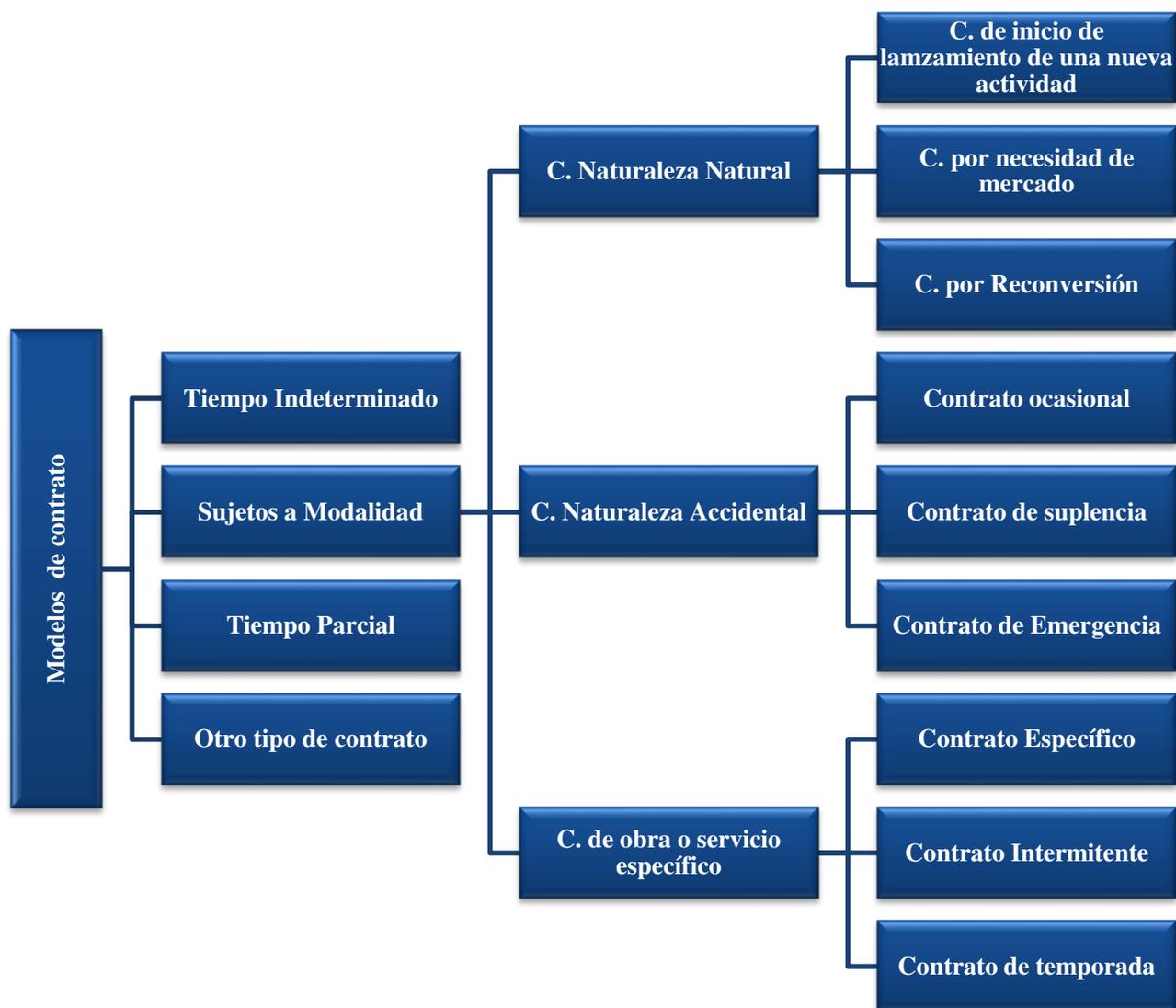


Gráfico N°6 Componentes de la planilla electrónica.

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2014).

Elaboración propia

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

Asimismo, TAMBO DEL NORTE PERUANO S.A.C. utilizará los siguientes contratos:

- Contrato individual de trabajo: Cada colaborador contará con su contrato, para efectos del presente plan se contará cuatro colaboradores: Gerente general, asistente en operaciones y en logística, asistente comercial y asistente en administración y finanzas.
- Contrato de prestación de servicios. Para el presente plan, se cuenta con dos contratos de servicios: asesoría contable y producción.

### **1.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas**

Cabe señalar que los fundadores son solidariamente responsables frente a la sociedad, a los demás socios y terceros, a continuación los siguientes puntos:

- Por la suscripción integral del capital
- Por la existencia de los aportes no dinerarios
- Por la veracidad de las comunicaciones hechas por ellos al público para la constitución de la sociedad.

Nuestra empresa, contempla una serie de contratos con terceros, que permiten hacer frente ante una futura eventualidad. Dentro de los contratos estipulados se puede mencionar:

- Contrato de prestación de servicios: de un abogado, el cual apoya a la ejecución y revisión de los contratos comerciales que realice la empresa con proveedores extranjeros/nacionales y clientes, indicando la duración del contrato, el precio, los plazos de entrega, definición del producto/servicio, etc.
- Contratos individuales de trabajo: Con todos los trabajadores de la planilla.
- Contrato de arrendamiento del local alquilado, donde se estipulan las obligaciones y derechos entre las partes, estipulando el alquiler mensual del local, meses de garantía, duración del contrato, entre otros.

## 2. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL



## 2.1 Descripción del Producto

La algarrobina es un producto derivado de la algarroba, vainas de color marrón oscuro. Estas vainas vienen a ser el fruto del algarrobo y pertenecen a la familia de las leguminosas. Este fruto es azucarado y comestible, de color castaño por fuera y amarillenta por dentro, que contiene semillas muy duras. Miden entre 16 y 30 centímetros de largo por algo más de 1.5 cm. de ancho y 8 mm. de espesor. En promedio cada vaina pesa unos 12 gramos y consiste de tres componentes principales, que son la vaina exterior, la pulpa y las semillas, las cuales son producidas de los tallos cortados de la misma planta.

Con los frutos maduros del algarrobo se prepara un hervido del que se concentran los azúcares naturales. Una vez hervidas las algarrobas, se prensan. El extracto resultante es filtrado y se somete después a evaporación para llegar a un resultado final de carácter viscoso. Es un gran alimento por sus propiedades vitamínicas y proteicas.

Tabla N° 10 Información nutricional de la algarrobina

Nutriente	Composición
Proteínas (%)	5.2
Carbohidratos totales (%)	67
Azúcares (%)	50
Fibra dietética soluble (%)	0.5
Calcio (%)	0.2
Fósforo (%)	0.2
Hierro (mg/kg)	20
Vitamina B2 (mg/kg)	1
Vitamina B6 (mg/kg)	2

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2008

Es tradicional su fabricación en el norte del Perú, especialmente en los departamentos de Piura y Lambayeque.

### 2.1.1 Clasificación arancelaria

A continuación, se muestra la clasificación arancelaria del producto a exportar por

TAMBO DEL NORTE PERUANO S.A.C.

Tabla N° 11 Tratamiento Arancelario por Subpartida Nacional

<b>SECCIÓN II</b>	PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
<b>CAPÍTULO 13</b>	GOMAS, RESINAS Y DEMÁS JUGOS Y EXTRACTOS VEGETALES
<b>PARTIDA DEL SISTEMA ARMONIZADO</b>	MUCÍLAGOS Y ESPESATIVOS DE LA ALGARROBA O DE SU SEMILLA O DE LAS SEMILLAS DE GUAR, INCLUSO MODIFICADOS
<b>SUB PARTIDA NACIONAL</b>	1302.32.00.00

Fuente: SUNAT

Elaboración Propia

### 2.1.2 Propuesta de Valor

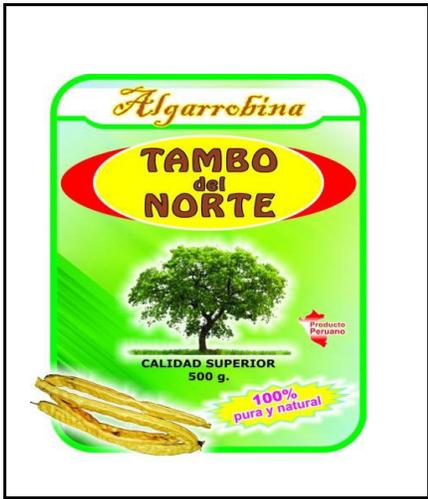
La propuesta de valor de TAMBO DEL NORTE PERUANO S.A.C. se basa principalmente en los siguientes puntos:

- Se presenta como un **producto** muy saludable y 100 % natural, siendo un **producto** de múltiple uso, para el consumo directo o como acompañamiento. Buscando así mejorar la alimentación de las personas convirtiéndolo en un producto apetecible, nutritivo de excelente calidad y con un precio competitivo en el mercado.
- El tipo de envasado que se usará será en una presentación de envase de vidrio, lo cual garantiza la conservación óptima y transparencia del producto, garantizando la calidad del producto.

### 2.1.3 Ficha Técnica Comercial

El producto a exportar por parte de la empresa TAMBO DEL NORTE PERUANO S.A.C. tiene las siguientes características y especificaciones como se ven en la tabla a continuación:

Tabla N° 12 Ficha Técnica del Producto

	EXTRACTO DE ALGARROBA (ALGARROBINA)										
	Sub Partida Nacional	Descripción									
1302.32.00.00	Mucílagos y espesativos de la algarroba o de su semilla o de las semillas de guar, incluso modificados.										
<b>INFORMACIÓN BÁSICA</b> Nombre Comercial: TAMBO DEL NORTE Nombre Científico del Producto: PROSOPIS PALLIDA											
<b>Descripción</b>											
La algarrobina es un producto derivado de la algarroba, con estos frutos maduros se prepara un hervido del que se concentran los azúcares naturales. Una vez hervidas las algarrobas, se prensan. El extracto resultante es filtrado y se somete después a evaporación para llegar a un resultado final de carácter viscoso. Es un gran alimento por sus propiedades vitamínicas y proteicas.											
<b>Forma de Presentación</b>											
Será presentado en envases de vidrio, con un contenido de 250 gramos.											
<b>Información Nutricional</b>											
Cada 100 gramos de algarroba contiene 67% es carbohidratos, 50% de azúcares naturales, 315 calorías, 11.5% fibra no soluble, 0.5% de fibra dietética soluble y 2 mg de vitamina B6.											
<b>Zonas de Producción</b>											
Las zonas de producción de la algarroba son principalmente Piura y Lambayeque.											
<b>Usos</b>											
En gastronomía se puede utilizar para preparar dulces, jugos, y tragos. Y en algunos casos para dar sabor similar al chocolate, en caso de diabéticos. Aunque, la algarrobina tiene un sabor ligeramente diferente que el chocolate, tiene sólo un tercio de las calorías (un total de 1595 calorías por gramo). Esto quiere decir que es libre de grasa.											
<b>Principales Mercados</b>											
Los principales mercados son Estados Unidos, Canadá, Chile, Francia e Italia											
<b>Cosecha</b>											
ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
X	X	X								X	X

Elaboración Propia

## 2.2 Investigación del Mercado Objetivo

### 2.2.1 Segmentación del Mercado Objetivo

Para este punto **realizaremos** la segmentación de los principales países importadores de algarrobina en los últimos 3 años para así poder elegir un mercado potencial, asimismo **evaluaremos** la ciudad más conveniente para comercializar nuestro producto. Para dicho análisis tomaremos información de páginas web confiables, de donde tomaremos data desde 2014 en adelante.

Tabla N° 13 Reporte de Exportaciones por Subpartida Nacional/País Destino 2016

País de Destino	Valor FOB(dólares)	Peso Neto(TN)	Peso Bruto(TN)	Porcentaje FOB
1B - ZONAS FRANCAS DEL PERU	58,125.00	9,750.00	10,123.38	58.52
US - UNITED STATES	22,789.18	5,467.00	6,078.59	22.94
CL - CHILE	11,189.00	4,606.03	4,990.87	11.26
EC - ECUADOR	4,509.61	100	122.512	4.54
NL - NETHERLANDS	1,920.00	68.235	68.235	1.93
CA - CANADA	485.13	188.379	198.317	0.49
CH - SWITZERLAND	94.65	19.344	21.4	0.1
FR - FRANCE	66	9.088	9.361	0.07
JP - JAPAN	59.48	6.698	7.051	0.06
SG - SINGAPORE	34.4	9.114	9.547	0.03
AW - ARUBA	33.9	7.935	8.006	0.03
IT - ITALY	25	6.145	6.185	0.03
SA - SAUDI ARABIA	0.8	1	1.351	0
<b>LOS DEMAS - LOS DEMAS</b>	0	0	0	0
<b>TOTAL - TOTAL</b>	99,332.15	20,238.97	21,644.81	100

Fuente: SUNAT.

Elaboración Propia

Dentro de la tabla adjunta es importante destacar que a partir del 2014 Estados Unidos se mantuvo dentro de las 03 primeras posiciones como mayor importador de algarrobina mostrando un crecimiento progresivo. El año pasado tuvo el 22.94% de participación en el mercado.

Tabla N° 14 Exportaciones Peruanas a EEUU por Sector 2015 – 2016

Sector	Fob-16	Fob-15
	(Miles US\$)	(Miles US\$)
<b>TRADICIONAL</b>	<b>3,098,735</b>	<b>2,006,044</b>
Minería	2,253,879	1,171,140
Petróleo y derivados	559,462	613,958
Agrícola	246,501	179,963
Pesquero	38,893	40,983
<b>NO TRADICIONAL</b>	<b>3,083,649</b>	<b>3,019,559</b>
Agropecuario	1,508,345	1,444,574
Textil	605,641	604,035
Sidero-metalúrgico	248,360	230,674
Minería no metálica	189,776	184,981
Pesquero	202,006	213,453
Químico	107,276	97,473
Metal-mecánico	95,398	141,116
Varios (incluye Joyería)	100,763	74,203
Maderas y papeles	24,370	27,354
Pieles y cueros	1,256	1,276
Artesanías	458	422

Fuente: SUNAT.

Elaboración Propia

## Análisis del país

Estados Unidos es el tercer país más poblado del mundo, acabó 2016 con una población de 323.127.513 personas, lo que supone un incremento de 2.230.895 habitantes respecto a 2015, en el que la población fue de 320.896.618 individuos. (Datosmacro), son la segunda mayor **economía** de exportación en el mundo y la **economía** más compleja 14° de acuerdo con el Índice de Complejidad Económica (ECI).

Actualmente el Perú cuenta con un TLC vigente con los Estados Unidos.

Tabla N° 15 Datos generales de Estados Unidos

VARIABLES	EEUU
<b>PBI 2016</b>	18.569.100 M
<b>PBI PERCAPITA 2016</b>	57.3
<b>TASA DE CRECIMIENTO 2016</b>	1.60%
<b>TASA DE DESEMPLEO 2016</b>	4.60%
<b>TASA DE INFLACIÓN 2016</b>	0.10%
<b>POBLACIÓN AL 2016</b>	323.127.513
<b>IDIOMA</b>	INGLES
<b>EXPECTATIVA DE VIDA</b>	79 AÑOS

Fuente: DATOSMACRO.

Elaboración Propia

## Medición del mercado objetivo

- Estructura de la demanda:  $Q = n * q$

n: Número de unidades de consumo.

q: cantidad consumida por unidad.

Q: demanda potencial del mercado.

Cabe destacar que el estado elegido para la exportación es New Jersey, el cual se encuentra dentro de los 15 estados más poblados (Puesto N°11 de 50 Estados), con una cantidad de 8.944.469 habitantes. Su capital es Trenton y su ciudad más poblada es Newark.

Respecto a la cantidad de personas que comen derivados de frutas , hubo máximos de un 17.7 por ciento en California y un 15.5 por ciento en New Jersey, y mínimos de un 7.5 por ciento en Tennessee, un 7.7 por ciento en Virginia Occidental y un 8.2 por ciento en Oklahoma. (Health Day).

ESTADO	NEW JERSEY
Población	8,944,000
Porcentaje con características	10.00 %
Mercado Potencial	894, 400

Fuente: Elaboración propia con datos de United States Census Bureau (United States Census Bureau, 2016) y Centers for Disease Control and Prevention (Centers for Disease Control and Prevention, 2013)

Nuestro producto va dirigido a la población que se encuentra entre las edades de 25-40 años, en el espacio geográfico elegido. El mercado objetivo potencial es de 4, 805,906 personas.

Para el cálculo se tomó como participación de mercado deseada un 1.10% del total del Mercado Potencial, en la siguiente tabla se puede observar el cálculo del Mercado Objetivo:

<b>ESTADO</b>	<b>NEW JERSEY</b>
<b>Mercado Potencial</b>	894, 400
<b>Porcentaje</b>	1.05%
<b>Mercado Objetivo</b>	9,391

Fuente: Elaboración propia con datos de (Santander, 2016)

Teniendo como objetivo de participación inicial de 1.10%, el mercado objetivo total de consumidores según el perfil elegido es de 55.685 personas.

### **2.2.2 Tendencias del Consumo**

El estadounidense es una persona comunista y siempre dispuesta a probar productos nuevos y novedosos, conoce muy bien sus derechos como consumidor, además es exigente y en el último tiempo tienden a optar por un consumo de alimentos saludables. En muchos casos el precio no es la variable más resaltante al momento de comprar ya que la calidad supera al precio, ya que buscan la exclusividad y confiabilidad del producto.

## **2.3 Análisis de la Oferta y la demanda**

### **2.3.1 Análisis de la Oferta**

El algarrobo es un árbol nativo y especie predominante en el ecosistema de bosque seco ecuatorial en el norte del Perú. Los bosques secos tropicales se localizan en la costa norte del Perú, entre las regiones de Lambayeque, Piura y Tumbes, cubriendo una extensión de 3 230 263 hectáreas, y siendo ecosistemas únicos en el país y con alto grado de endemismo (Organización Mundial del Comercio, 2012).

En el Perú, la algarrobina se vende en botellas y en bolsas, también se lleva a Lima en baldes de 20 kilos. Este producto es comercializado de manera informal en los mercados y mercadillos. El mercado formal lo constituye además de las firmas de Piura y Lambayeque, las empresas procesadoras y tiendas naturistas que re-ensasan el producto.

El mercado para la algarrobina actualmente está creciendo poco a poco, logrando afianzas la producción logrando así ofrecer un producto de buena calidad, con un envase y etiquetado atractivo e innovador, actualmente la producción de algarrobina se elabora utilizando métodos tradicionales y/o caseros.

Cabe señalar que estaremos acopiando la producción principalmente de la Asociación Regional de Productores de Algarrobina en los departamentos de Piura y Lambayeque, los mismos vienen trabajando promoción del producto, y aunque en los últimos años la

producción paso por una etapa de reducción con la reforestación de los árboles, actualmente Lambayeque cuenta con más de 10 mil hectáreas pudiendo producir así más de **300 toneladas al año**, siendo las zonas de Motupe, Íllimo, Olmos, Jayanca y Pacora, donde existe mayor presencia del legendario árbol y en esta región norteña, se tendría alrededor de 400 productores. (RPP, 2016).

Desde hace algunos años, la algarrobina ha sido elaborada de forma artesanal en zonas rurales bajo ningún estándar de calidad. Sin embargo, desde el 2002, ya se cuenta con una Norma Técnica Peruana que se refiere al producto de la algarrobina, con la cual se estableció la terminología, clasificación y requisitos que debe cumplir el alimento elaborado a partir de la algarroba. La NTP 209.600:2002 (revisada el 2014) se puede adquirir a través de la página oficial del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) al precio de S/ 11.26.

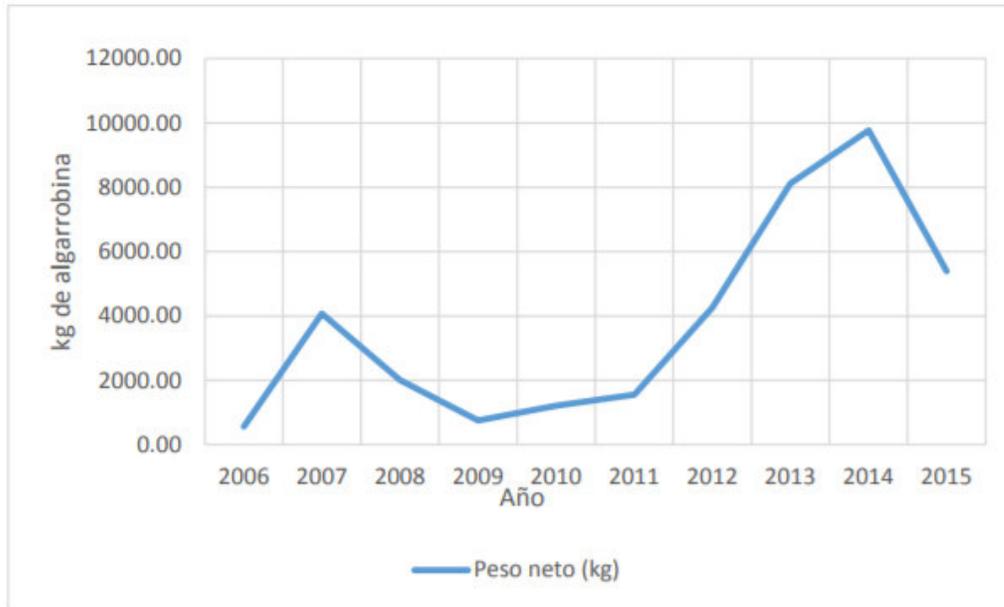


Gráfico N°7 Evolución de exportaciones de algarrobina (2006 – 2015)

Fuente: SUNAT.

Elaboración Propia

### 2.3.2 Análisis de la Demanda

Para proyectar la demanda exportable del producto para los próximos 5 años hacia el mercado de Estados Unidos, se ha tomado como referencia la serie histórica, dicha información permitirá el análisis median el método mínimos cuadrados

Tabla N° 16 Cantidad de Algarrobina Exportada en TN.

<b>Año</b>	<b>Peso neto (TN)</b>	<b>Peso bruto (TN)</b>
2006	558.6	642.76
2007	4071.2	4805.5
2008	2007.16	2282.43
2009	751.08	824.67
2010	1207.74	1325.6
2011	1553	1707
2012	4265	4687
2013	8125	8667
2014	9778	10909
2015	5390	5931
<b>Total</b>	<b>37,706.78</b>	<b>41,781.96</b>

Fuente: SUNAT.

Elaboración Propia

Hoy en día, países como Estados Unidos, Chile, Canadá, Italia, Francia son consumidores de algarrobina. Lamentablemente no existen datos de consumo per cápita de algarrobina en cada país, pero sabemos que productos como este tiene gran aceptación, y que ofrece oportunidades de desarrollo a largo plazo.

Los formatos de venta más utilizados para comercializar algarrobina en el mercado internacional son: botellas, potes de plástico de 250 g, 300 g, 480 g, 500 g y 700 g.

Del 2006 al 2015 se han realizado 349 exportaciones de algarrobina; de las cuales el 44.13 % de exportaciones se hicieron a través de la aduana aérea del Callao, en un 35.24 % de veces se utilizó la aduana marítima del Callao, el 19.48 % se exportó por medio de la aduana aérea y postal. Por último el uso de la aduana de Paita y Tacna fue mínimo.

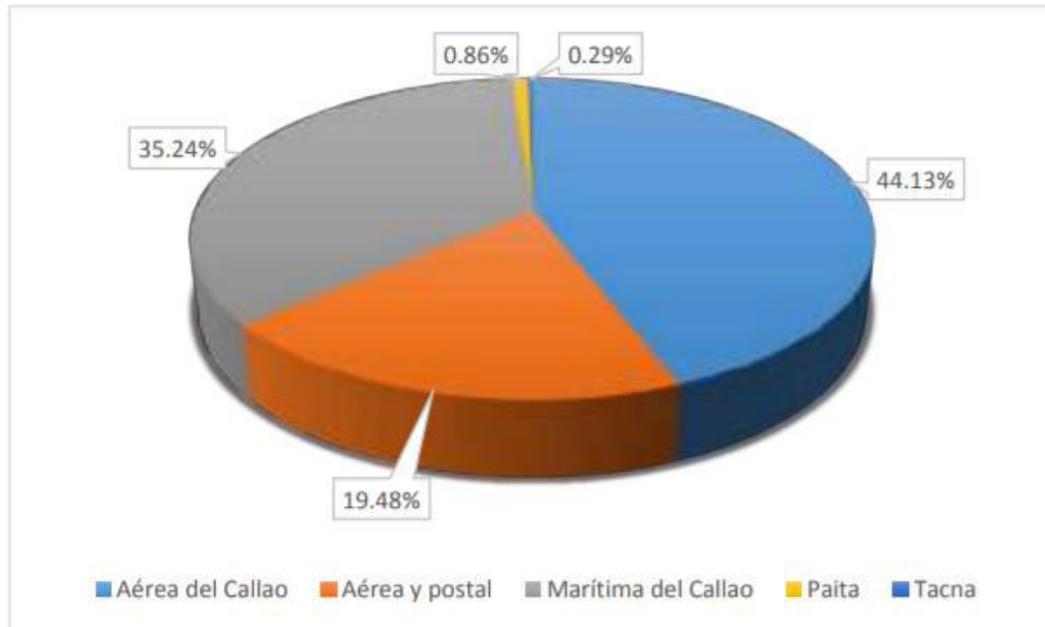


Gráfico N°8 Uso de las Aduanas de acuerdo al tipo de exportación de Algarrobina

Fuente: SUNAT.

Elaboración Propia

Entre el 2006-2015, cerca de 85 empresas han exportado extracto de algarroba alguna vez. De acuerdo al total de kilogramos de algarrobina vendidos al mercado internacional se ha seleccionado a las primeras 7 compañías peruanas con mayor cantidad de algarrobina exportada.

Miranda Langa Agro Export S.A.C es la principal empresa exportadora de algarrobina en el país, con cerca de 10 toneladas de algarrobina enviadas al extranjero. Asimismo, cabe mencionar que la empresa piurana Industrias Agrícolas S.R.L, está dentro de las 10 empresas con mayor volumen de exportación de algarrobina; ocupando el puesto número siete. San Roque S.A., empresa conocida en Lambayeque por elaborar King Kong, también ha exportado en pequeña cantidad frascos de algarrobina a España (12 kg) y Estados Unidos (24 kg).

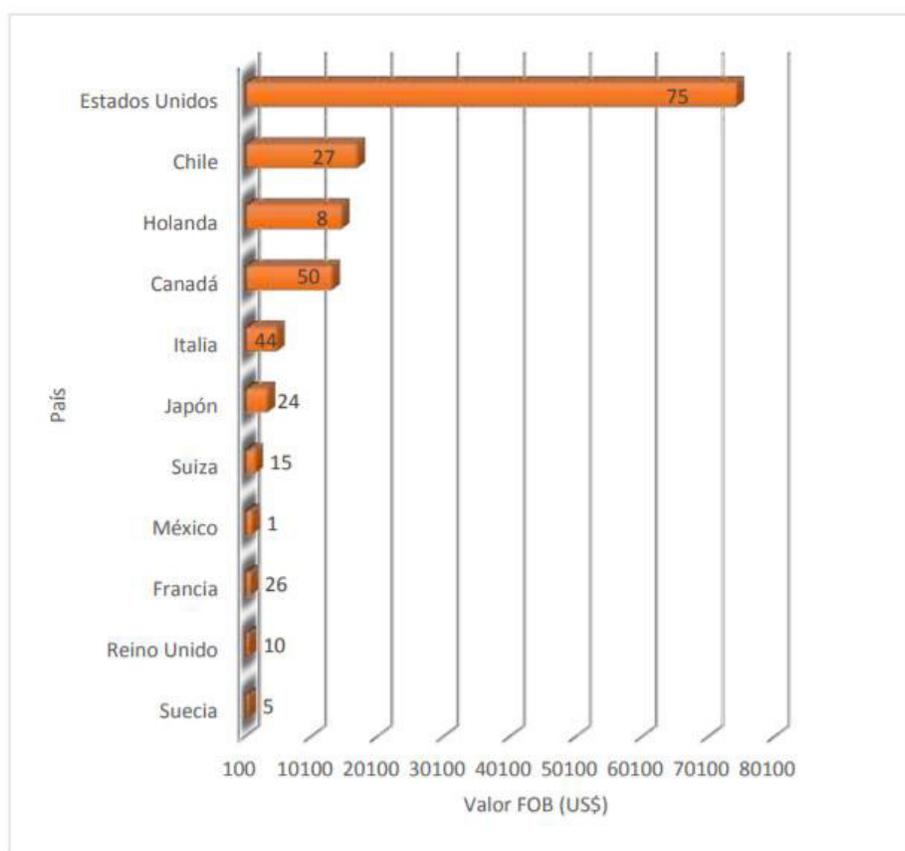


Gráfico N°9 Mercado de Destino de Algarrobina según Valor FOB \$

Fuente: SUNAT.

Elaboración Propia

- **Proyección de la exportaciones, en base a la cantidad exportada durante los últimos 5 años.**

Tabla N° 17 Proyección de las Exportaciones

<b>Tasa promedio de demanda = 0.86%</b>	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CANT. TAMBO DEL NORTE	17,280	17,429	17,578	17,730	17,882
TAMBO DEL NORTE	4.29	4.43	4.57	4.72	4.88
TOTAL	74,080.00	77,160.34	80,368.76	83,710.59	87,191.38

- **Proyección importaciones**

Para proyectar las importaciones en los siguientes 5 años se ha tomado como variables PBI per cápita, tipo de cambio e importaciones desde el año 2012 del mercado Estadounidense

Tabla N° 18 Relación de las importaciones con el PBI y el TIPO DE CAMBIO

Variables	Importaciones			
PBIpc	↑	↑	↓	↓
Tipo de Cambio	↑	↓	↓	↑

Fuente. Elaboración propia

La relación es la siguiente: si el PBIpc sube las importaciones también suben y si el PBIpc baja las importaciones también bajan; si el TC sube las importaciones bajan y si el TC baja las importaciones sube.

Tabla N° 19 Variables y regresión

VARIABLES	INTERCEPCIÓN	COEFICIENTES
<b>PBIpc</b>	Variable X 1	-0.248485213
<b>Tipo de cambio</b>	Variable X 2	0.378883207
Regresión de importaciones= 88.03 - 0.25*Pbi_pc+0.38*TC		

Fuente. Elaboración propia

El tipo de cambio explica de manera positiva pero muy levemente o de manera imperceptible a las importaciones, es decir la población no toma muy en cuenta esta variable para la decisión de las importaciones.

## 2.4 Estrategias de venta y distribución

### 2.4.1 Estrategia de segmentación

La estrategia de segmentación será a través de los brokers pensando en nuestro consumidor final, que debe mantener un estilo de vida saludable, con gran interés de productos naturales y considere importante una alimentación con beneficios para su salud.

Los consumidores de nuestro producto, son de clase media alta, que gozan de un poder adquisitivo moderado y están cada vez más acostumbrados a los productos naturales del extranjero, serán adultos entre 25 a 40 años de edad y niños entre 10 a 18 años.

Es importante considerar a los extranjeros residentes que tienen un mayor conocimiento de estos tipos de productos, añadiéndolo así en su día a día como ingrediente o ingiriéndolo directamente.

Además, en esta zona al ser muy popular por los inmigrantes latinoamericanos las personas tienden a ser influenciadas por los expertos en el tema como los latinoamericanos que tienen conocimientos sobre el producto peruano.

La empresa pretende aprovechar las oportunidades que ofrecen los mercados exteriores para generar un beneficio y así hacer frente a la competencia internacional, como se sabe la exportación es el primer paso a la internacionalización.

#### **2.4.2 Estrategia de posicionamiento**

La estrategia de ingreso al mercado de Estados Unidos busca internacionalizarnos consolidándonos en los principales minimarket y supermercados de New Jersey con ello logrará incrementar los volúmenes exportados, nuevas presentaciones, consolidar alianzas estrategias y mejorando los canales de distribución, todo ello para que el cliente se vea y que este se vea beneficiado con optimización del precio y diversificación de distribuidores y zonas.

Asimismo se considera:

- Como parte de la característica principal del producto, se destacara la necesidad por consumir productos naturales.
- Difundir el origen del producto, reconociendo las vitaminas y nutrientes que contienen, además de tener un buen gusto al ser consumido.
- Hacer prevalecer un concepto de precio – calidad al adquirir nuestro producto.
- Por otro lado sabemos que todo envase hoy en día debe ser agradable con el medio ambiente, es por eso que utilizaremos vidrio que podrá ser reutilizado una vez consumido el producto.
- Mostrar en la página web con datos de TAMBO DE EL NORTE PERUANO S.A.C. y características del producto.
- Ofreceremos una calidad en la entrega sin retrasos y se trabajará con la modalidad Incoterms®2010 FOB.
- Ingreso al mercado destino a través de reuniones de negocios, ruedas, misiones comerciales, ferias comerciales, apoyo de PromPeru y a través de Consejeros Comerciales de Perú en EE.UU.

#### 2.4.3 Estrategia de distribución

Debido a qué nuestro producto está direccionado a la industria alimenticia, ingresando al mercado estadounidense, se requiere de un intermediario que conozca muy bien el mercado y la industria, de igual forma nos asesore en cuanto a nuestras negociaciones.

En este caso TAMBO DEL NORTE PERUANO S.A.C. colocará su producto a través de un bróker; sin embargo, este actuara también como distribuidor y vendedor posicionando el producto a los distintos supermercados o minimarket para hacerlo llegar al consumidor final.



Gráfico N°10 Forma de Distribución

Elaboración: Propia

## 2.5 Estrategia de Promoción

La Estrategia de promoción que se usará para el proyecto consistirá en una serie de acciones puntuales que permitirán hacer conocida la marca, la empresa y el producto.

- **Asistencia a ferias**

La participación en ferias y exposiciones a nivel nacional e internacional es una herramienta valiosa y efectiva tanto para las empresas que intentan iniciarse en la actividad de exportación como para las que ya están establecidas en el mercado.

A través de ellas, nuestro producto puede darse a conocer con la finalidad de incrementar y afianzar las exportaciones.

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

Tabla N° 20 Datos Generales De Estados Unidos

Ferias	Sectores	Lugar	Frecuencia	Participación
Expoalimentaria Peru	Alimentación, alimentos, industria alimentaria, maquinaria alimentaria, packing de alimentos, tecnología alimentaria.	Centro de Convenciones Jockey Plaza - Lima – Perú	Anual	Punto de encuentro internacional de empresas exportadoras, y selectos compradores provenientes de los cinco continentes. Congregan más de 32,000 visitantes profesionales y más de 650 empresas exhiben sus productos y lo último en tecnología.
Peru Natura	Alimentos orgánicos, complementos y suplementos dietéticos. Agro negocios. Ingredientes y productos	Centro de Convenciones Jockey Plaza - Lima – Perú	Anual	Lo organiza Promperu, empezó hace 8 años, el cual constituyó el antecesor de la plataforma comercial más importante del país de promoción de productos naturales, aprovechando tendencias mundiales hacia alimentos saludables y orgánicos, con uso responsable de

	naturales para la industria alimentaria, cosmética y farmacéutica.			recursos naturales, comercio justo, incentivando el valor agregado e innovación de productos de biodiversidad.
--	--------------------------------------------------------------------	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Fuente: Promperu.**

**Elaboración propia**

- **Publicidad a través de las redes sociales y pagina web.**

Las redes sociales son un gran aliado para el producto debido a que presentan una alta tasa de recepción en gran parte del mercado objetivo.

- **Envío de muestras a los clientes**

TAMBO DEL NORTE PERUANO S.A.C. enviará muestras de la presentación a los contactos obtenidos (importadores/distribuidores) en Estados Unidos. De este modo, los clientes que las reciben pueden evaluar nuestro producto y, si les agrada, pueden adquirirlas.

- **Propuesta de valor con uso de e-commerce**

La creación de una página web nos hará tener una mayor llegada al mercado objetivo. Para publicitar masivamente la marca, logrando una web especializada para una empresa exportadora,

con información de los procesos realizados para obtener la Algarrobina. Asimismo, se incluirá información de contacto directo con el gerente general y administración.

### 3. PLAN DE LOGISTICA INTERNACIONAL

#### 3.1 Envases, Empaque y embalaje

El envase del producto será en un envase de vidrio de 250 gramos, de promedio mediano que tendrá una capacidad de 500 gramos. Se optó por elegir este envase debido a que:

- Permite la hermeticidad del contenido es decir no permite que se altere o sufra daños
- Permite que el contenido se conserve durante más tiempo.
- Es un material reciclable, esto es una ventaja porque la mayoría de los consumidores siguen las tendencias por el cuidado del medio ambiente.

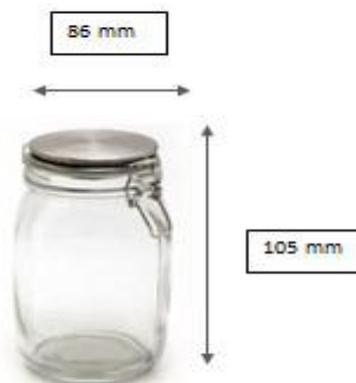


Gráfico N°11 Modelo el envase de vidrio para exportación de algarrobina

Fuente: Envases de vidrio

En referencia al embalaje la manera más óptima para exportar los envases de vidrio es a través de cajas de cartón doble corrugado (350 gramos), las cuales van a poder mantener segura la mercadería durante el traslado del mismo.

Se debe considerar que es una buena opción en tema de precio, fácil manejo para traslado y es un embalaje que para el caso no sería contaminante.

Dicha caja tendrá una capacidad de 24 frascos de extracto de algarroba (algarrobina), la cual a su vez tendrá divisiones de cartón corrugado para que los frascos no tengan un contacto directo uno con otro.



Medidas: 36 x 27 x 24 cm (largo, ancho, alto)

Gráfico N°12 Características del embalaje para exportación de algarrobina.

Elaboración Propia

En cuanto al embalaje, las cajas serán transportadas a través de pallets (Se detallan en el punto

3.3 Unitarización y cubicaje de la carga).

### 3.2 Diseño del rotulado y marcado

Un correcto marcado y rotulado permitirá se identifique la naturaleza de nuestro producto y se eviten errores de detalles de información o durante su manipulación

#### 3.2.1 Diseño del marcado

En la información del embalaje debe consignarse lo siguiente:

- ✓ Lugar de procedencia
- ✓ Destino del país, puerto.
- ✓ Exportador - Importador
- ✓ Símbolos pictográficos
- ✓ Número de bultos

Tabla N° 21 Marcado de la carga

<b>INFORMACION DEL MARCADO</b>	
PAIS DE ORIGEN	PERÚ
DATOS DEL EXPORTADOR	TAMBO DEL NORTE PERUANO S.A.C.
DATOS DEL IMPORTADOR	BROKER
DESTINO	NEW JERSEY - USA
SIMBOLOS PICTOGRAFICOS	VÉASE FIGURA 03.
NUMERACION DE BULTOS	24 FRASCOS DE ALGARROBINA

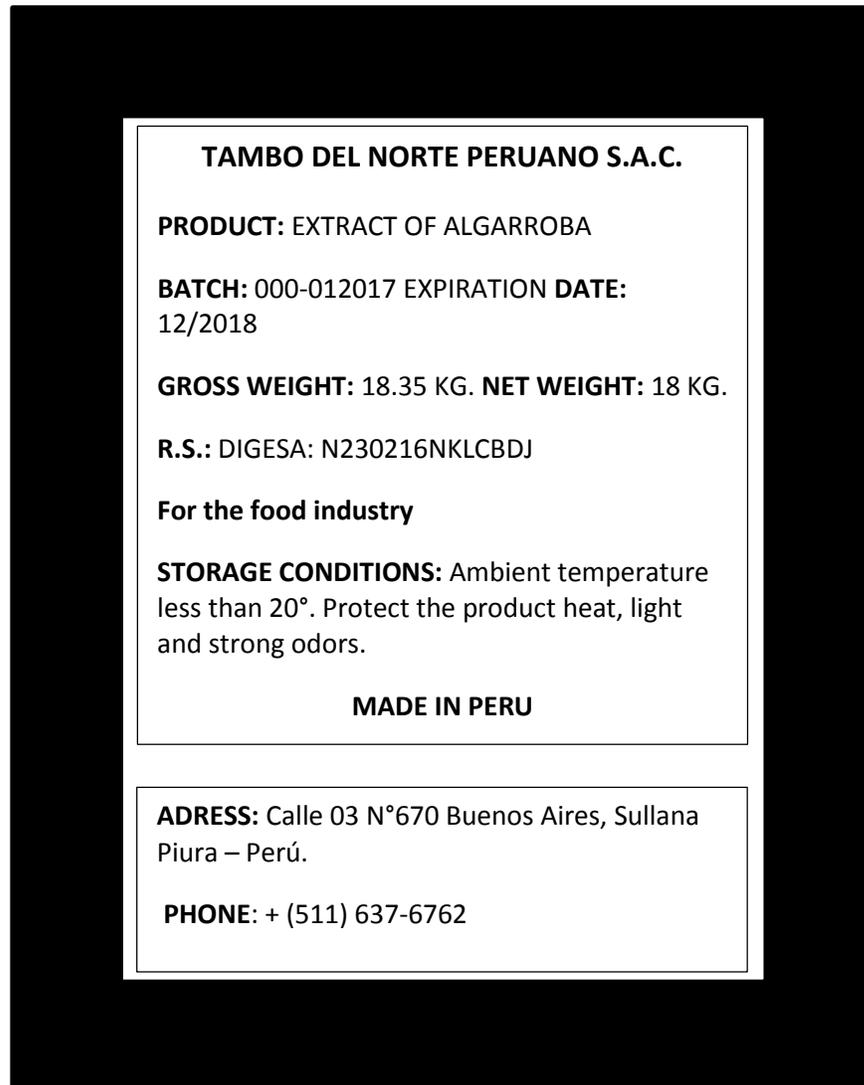
Elaboración propia

SÍMBOLOS SIGNIFICADO	APLICACIÓN
 "Fragil" "Fragile"	<b>ISO 7000/No. 0626</b> Indica que el embalaje debe mantenerse en un medio ambiente seco. 
 "Hacia arriba" "This side up"	<b>ISO 7000/No.0623</b> Indica la posición correcta del embalaje durante la transportación. 
 "Protéjase de la humedad" "Keep dry "	<b>ISO 7000/No. 0626</b> Indica que el embalaje debe mantenerse en un medio ambiente seco. 

Gráfico N°13 Símbolos pictográficos utilizados para seguridad de la carga.

Fuente: CAJAECO

### 3.2.2 3.2.2 Diseño del rotulado



**Gráfico N°14** Rotulado de Extracto de Algarroba

Fuente: Elaboración propia.

### 3.3 Unitarización y cubicaje de la carga

El proceso de unitarización consistirá en agrupar los embalajes (cajas) en una unidad transferencia de carga, con el fin exclusivo de facilitar su transporte, por lo que debe conservar su integridad durante el tiempo que dure su movilización.

Tabla N° 22 Unitarización de la carga para la Exportación de Algarrobina

<b>RESUMEN POR CAJA</b>	
CANTIDAD DE FRASCOS X CAJA	24 unid.
PESO NETO X CAJA	18.00 K
PESO BRUTO X CAJA	18.35 gr.
<b>MEDIDA DEL PALLET</b>	
ANCHO	100 cm
LARGO	120 cm
ALTO	14 cm
PESO DEL PALLET	18 Kg

<b>RESUMEN POR PALLET</b>	
CAJAS POR NIVEL	12 cajas
NIVELES POR PALET	5 niveles
CAJAS POR PALET	60 cajas

FRASCOS POR PALET	1440 unid.
PESO POR PALET	1,101.00 Kg
<b>MEDIDAS DEL CONTENEDOR 20''</b>	
ANCHO INTERNO	2.34 m
LARGO INTERNO	5.9 m
ALTO INTERNO	2.4 m

Elaboración Propia

Inicialmente el pedido a colocar será de 1440 unidades mensuales, es decir 60 cajas con 24 envases c/u solo estaríamos enviando la mitad de capacidad, ya que en conjunto con el bróker posicionar el primer lote será clave para mantener los pedidos recurrentes.

Por ende, en conjunto con la naviera, podríamos enviar la carga compartiendo el contenedor por un tema de costos.

### 3.4 Cadena de DFI de Exportación

#### 3.4.1 Determinación de requerimientos de insumos e infraestructura

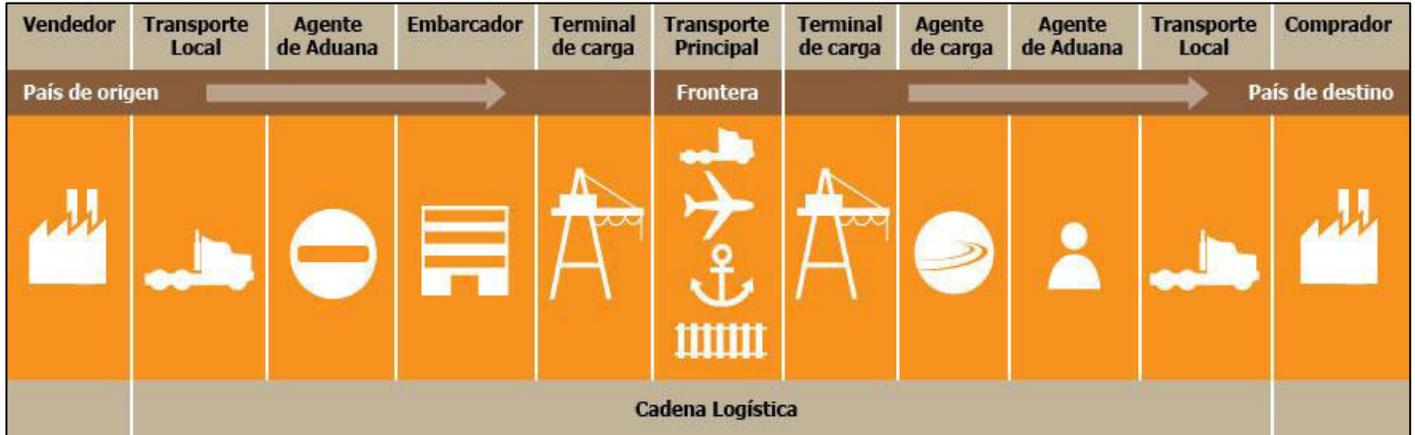


Gráfico N°15 Cadena de la distribución física internacional

Fuente: GATEWAY SOLUTIONS

#### ✓ Del insumo

TAMBO DEL NORTE PERUANO S.A.C. comprará el extracto de algarroba (algarrobina) a la Asociación de productores de Algarrobina de las zonas Lambayeque, asesorado por un inspector de calidad quien nos apoyara con el trabajo de trazabilidad para el cumplimiento de la calidad del producto.

A continuación se detalla el proceso productivo previo al etiquetado y comercialización del producto:

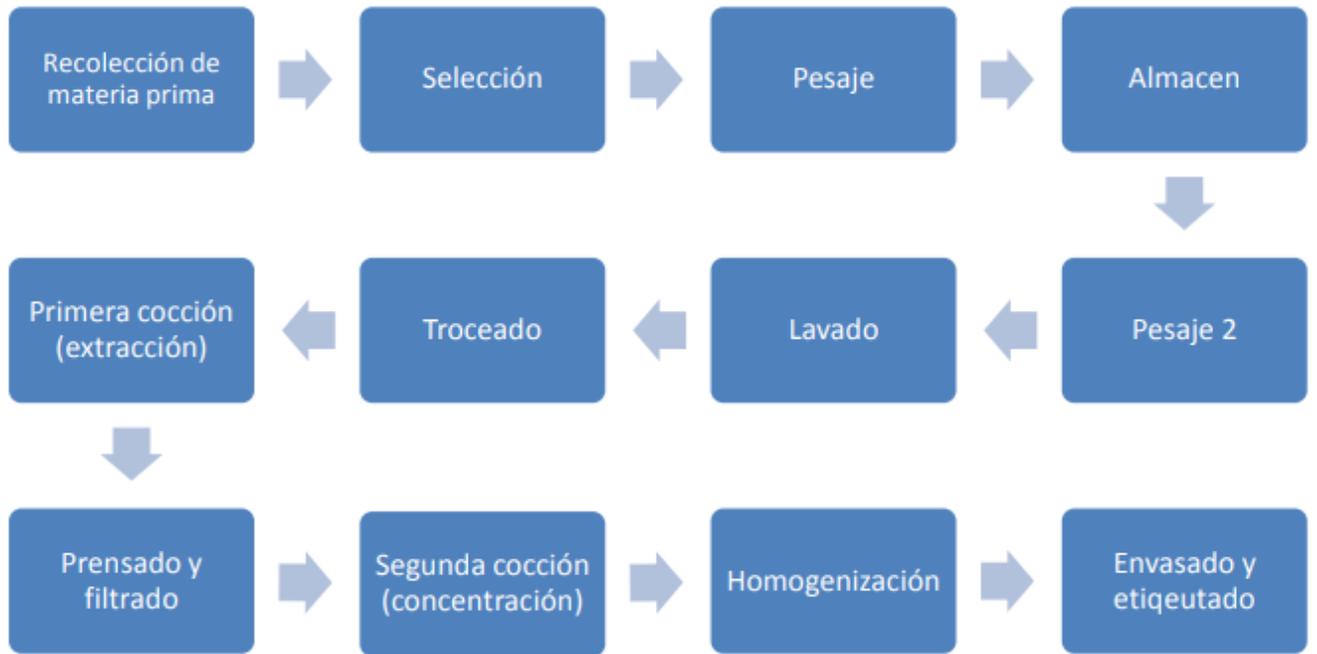


Gráfico N°16 Proceso productivo del extracto de algarroba

Fuente: Universidad de Piura

La estrategia con la Asociación de Productores de Lambayeque, a fin de mantener los estándares de calidad y entregas a tiempo son las siguientes:

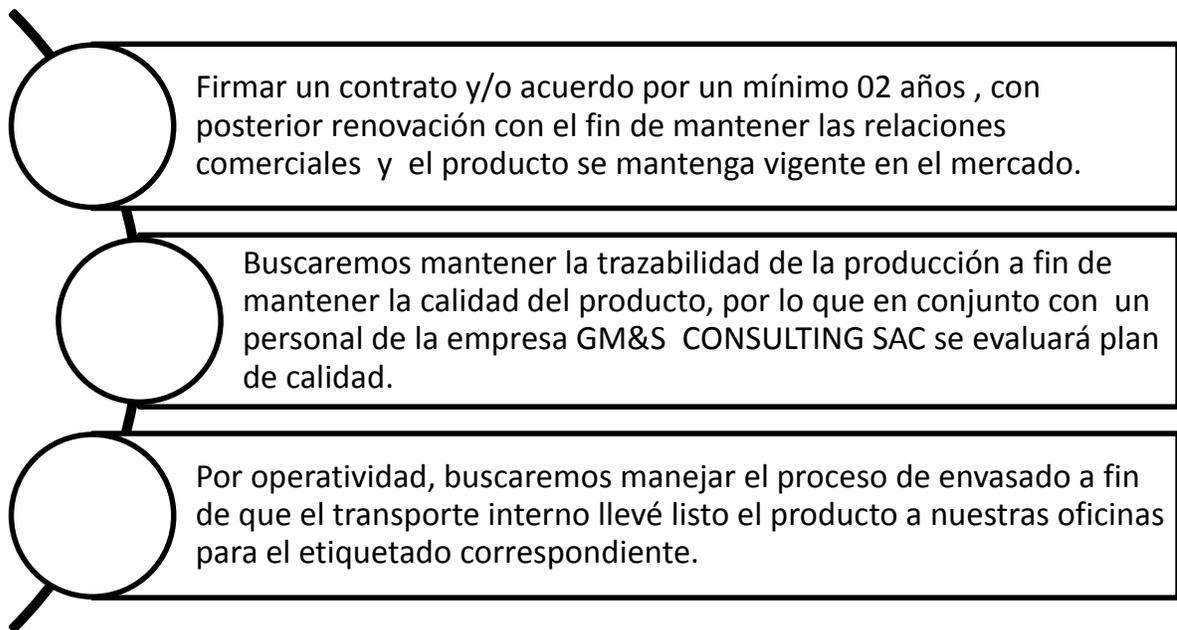


Gráfico N°17 Estrategias con la Asociación de productores de Lambayeque.

Elaboración propia

✓ **De la infraestructura**

La ubicación de la empresa se encuentra en el distrito de Sullana - Piura, abarcando un área de 75 (setenta y cinco) metros cuadrados en la Calle 03 N°670 Buenos Aires.

El local será utilizado para nuestras actividades administrativas así como del etiquetado y almacenaje.

El local se considera como estratégico para el transporte local, con la finalidad de que mantengamos el stock del producto y la distribución efectiva del mismo. Por tal motivo, acataremos todas las indicaciones que realice Defensa Civil, a través de la normativa de seguridad.

Una vez transportada la mercadería en nuestros almacenes nos encargamos del etiquetado y los trámites para la exportación, en este caso contrataremos un agente de aduanas, de preferencia ubicada en la zona norte del Perú, a fin de que pueda contar con experiencia necesaria en las aduanas del puerto de Paita. Asimismo, se utilizará el transporte marítimo, ya que el producto tiene una duración promedio de 01 año, otro punto a favor es por ser de bajo costo y por poder enviar gran cantidad de bulto.

### **3.5 Seguro de las mercancías**

La empresa TAMBO DEL NORTE PERUANO S.A.C. en la medida posible, por un tema de evaluación de costos y operatividad, buscará negociar la venta del producto en términos FOB, por lo que dependerá del distribuidor y/o importador asumir el costo del seguro en caso lo considere conveniente. Sin duda alguna por desarrollo de la empresa se buscará sea asegurada la carga, por lo que orientaremos al proveedor de ser necesario con los costos de aseguradoras nacionales.

## 4. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

### 4.1 Fijación de precios

#### 4.1.1 Costos y precio

Descripción		Importe \$
<b>Costos de Producción</b>		
1440	\$2.78	4,000.00
Presentaciones de 500 Gr		
	\$4.29	<b>4,000.00</b>
<b>Costos de comercialización y distribución</b>		
Etiquetado	840.00	2,173.33
Envasado	675.56	
Embalaje	657.78	
Flete terrestre	70.00	Sullana-Paita
Certificado origen	Liberado	
Otros documentos	35.00	
Comisión Ag Aduana	78.00	min 0.20%
Embarque mercancías LCL	45.00	
Gastos administrativos VB	35.00	
Gastos de estiba y carga	85.00	<b>2,521.33</b>
Costos financiero // Comisión Carta de Crédito	180.00	<b>180.00</b>
<b>Costo Total FOB</b>		<b>6,701.33</b>
<b>Utilidad 60%</b>	0.60	<b>10,052.00</b>
<b>Precio Total FOB</b>		<b>16,753.33</b>

Productos	Peso	Costo Total FOB	Costo Unit. FOB	Margen	Precio Unit. FOB
Algarrobina	100.00%	6,701.33	4.65	60%	<b>11.63</b>
	<b>100%</b>	<b>6,701.33</b>			

#### 4.1.2 Cotización internacional

**TAMBO DEL NORTE PERUANO S.A.C.**  
Calle 03 N°670 Buenos Aires, Sullana, Piura – Perú  
Teléfono: (51-074 318787)  
**www.tambodelnorteperuano.com**

Lima 16 de Setiembre de 2017

Señores **American Agent. Ltd.**

Atención.- **Mr. John Kenneth - Manager Product**

Estimado Señor:

Mediante la presente le hacemos llegar nuestra cotización de acuerdo a las especificaciones establecidas por ustedes:

<b>PRODUCTO</b>	:	EXTRACTO DE ALGARROBA (ALGARROBINA)
<b>PRINCIPIO ACTIVO</b>	:	ALGARROBA
<b>PRESENTACIÓN</b>	:	CAJA CON ENVASES DE VIDRIO X 24 UNID.
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	:	1302.32.00.00
<b>CANTIDAD</b>	:	60 CAJAS
<b>PROPORCIÓN EMBALAJE</b>	:	CAJAS DE CARTON DOBLE CORRUGADO L: 36CM X A: 27CM X H: 24CM
<b>PRECIO FOB NEW JERSEY</b>	:	<b>\$ 279.12 dólares americanos por caja.</b>

FORMA DE PAGO : POR ADELANTADO (CARTA DE CREDITO)  
FECHA DE EMBARQUE : CONFIRMADA LA CARGA EN FABRICA  
MEDIO DE TRANSPORTE : MARITIMO (SIN TRANSBORDO)  
PUERTO DE EMBARQUE : PAITA – PERU  
VALIDEZ DE LA OFERTA : 30 DIAS

Debemos manifestar que el producto detallado goza de beneficio arancelario por lo que enviaremos el Certificado de Origen.

En señal de conformidad y aceptación de las condiciones arriba expresadas, suscribimos el presente documento.

Atentamente

BENNY FRANZ CALLE MONTALVÁN

GERENTE GENERAL

**TAMBO DEL NORTE PERUANO S.A.C.**  
Calle 03 N°670 Buenos Aires, Sullana, Piura – Perú  
Teléfono: (51-073 318787)  
**[www.tambodelnorteperuano.com](http://www.tambodelnorteperuano.com)**

## **4.2 CONTRATO DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL Y SUS DOCUMENTOS**

Para la realización de la exportación hacia Estados Unidos debemos tener en cuenta los siguientes aspectos culturales en la negociación según Pro México y Pro Colombia:

- Se caracterizan por ser muy buenos negociadores, son directos durante el proceso, se debe tener documentos que avalen el producto.
- Permite establecer relaciones comerciales de largo plazo.
- El saludo habitual es con un firme apretón de manos. Cuando se dirija a una persona que conozca por primera vez, dirigirse por el apellido antecedido del título “Dr., Ms., Miss, o Mr. según el caso. (CONTRATO DE EXPORTACION VER ANEXO 1)

## FACTURA COMERCIAL

COMMERCIAL INVOICE							
<b>Exporter:</b> Tambo del Norte Peruano S.A.C. Calle 3 N°670 Buenos Aires Sullana, Piura, Perú Teléfono: (51-73) 318787			<b>Invoice No. &amp; Date:</b> EXP 010/01-2017 16-AGO-2017		<b>Buyers Order No. &amp; Date:</b> IMP200 16-JUL-2017		
			<b>Proforma</b>		<b>Other reference (s):</b> SUDUB6601A00ZCZN 16-JUL-2017		
<b>Consignee:</b> American Agent. Ltd. Cold Spring Road Syosset N°784 New Jersey, Estados Unidos Teléfono: +52 (55) 5123-0450			<b>Buyer (If other than consignee):</b> American Agent. Ltd. Cold Spring Road Syosset N°784 New Jersey, Estados Unidos Teléfono: +52 (55) 5123-0450				
<b>Pre-carriage By</b> SEA	<b>Place of Receipt</b>		<b>Country of origin</b> PERU		<b>Country of destination</b> ESTADOS UNIDOS		
			<b>Payment Terms:</b> T/T Letter of credit				
<b>Sea Details</b>		<b>Port of Loading</b> PAITA SEA PORT	<b>Bank Details:</b> Banco BBVA, Account N°: 011-451-230				
<b>Port of Discharge</b> NEW JERSEY SEA PORT		<b>Final Destination</b> NEW JERSEY					
<b>Boxes Marks</b> Container No.	<b>Numbering</b> of the boxes	<b>Number</b> of Boxes	<b>Description of Goods</b>	<b>Quantity</b>	<b>Presentation</b>	<b>FOB Price</b> USD	<b>Total FOB</b> USD
Container #HASU4	1. - 60	60	Extracto de algarroba (algarrobina)	1,440	Units	11.63	16,747.20
		<b>60</b>	<b>TOTAL FOB</b>				<b>16,747.20</b>
AMOUNT CHARGEABLE (IN WORDS): Sixteen thousand three hundred fifty-four and 00/100 dollars							
Manufacturer: Asociación de productores de algarroba S.R.L.							
Total Net Wt: 29.750		Total Shipper: 24.000					
Total Gross Wt: 45.900		Total CBM:					
WE HEREBY CERTIFY THAT THE GOODS ARE OF PERUVIAN ORIGIN							
WE DECLARE THAT THIS PACKING LIST SHOWS THE CORRECT SPECIFICATION OF GOODS DESCRIBED AND THAT ALL PARTICULARS ARE TRUE AND CORRECT							

Gráfico N°18 Modelo de Factura Comercial

Elaboración propia

## LISTA DE EMPAQUE

PACKING LIST									
<b>Exporter:</b> Tambo del Norte Peruano S.A.C. Calle 3 N°670 Buenos Aires Sullana, Piura, Perú Teléfono: (51-73) 318787			<b>Invoice No. &amp; Date:</b> EXP 010/01-2017 16-AGO-2017						
			<b>Buyers Order No. &amp; Date:</b> IMP200 16-JUL-2017			<b>Proforma</b>			
			<b>Other reference (s):</b>			<b>Bill of Lading No. &amp; Date:</b> SUDUB6601A00ZCZN 16-JUL-2017			
<b>Consignee:</b> American Agent. Ltd. Cold Spring Road Syosset N°784 New Jersey, Estados Unidos Teléfono: +52 (55) 5123-0450			<b>Buyer (If other than consignee):</b> American Agent. Ltd. Cold Spring Road Syosset N°784 New Jersey, Estados Unidos Teléfono: +52 (55) 5123-0450						
<b>Pre-carriage By</b> SEA		<b>Place of Receipt</b>		<b>Country of origin</b> PERU			<b>Country of destination</b> ESTADOS UNIDOS		
				<b>Payment Terms:</b> T/T 40% at the beginning and the other 60 % from the date of Bill of Lading					
<b>Sea Details</b>		<b>Port of Loading</b> PAITA SEA PORT		<b>Bank Details:</b> Banco BBVA, Account N°: 011-451-230					
<b>Port of Discharge</b> NEW JERSEY SEA PORT		<b>Final Destination</b> NEW JERSEY							
<b>Boxes Marks</b>	<b>Numbering of the boxes</b>	<b>Number of Boxes</b>	<b>Description of Goods</b>		<b>Batch No.</b>	<b>Quantity</b>	<b>Net weight in KGS</b>	<b>Gross weight in KGS</b>	<b>CBM</b>
Container #HASU4	1. - 60	60	Extracto de algarroba (algarrobina)		J3100E	1,440	12.00	37.25	
		60			<b>TOTAL</b>		12.000	37.250	
Manufacturer: Asociación de productores de algarroba S.R.L.									
Total Net Wt:	12.000	Total Shipper:	60						
Total Gross Wt:	37.250	Total CBM:							
WE HEREBY CERTIFY THAT THE GOODS ARE OF PERUVIAN ORIGIN WE DECLARE THAT THIS PACKING LIST SHOWS THE CORRECT SPECIFICATION OF GOODS DESCRIBED AND THAT ALL PARTICULARS ARE TRUE AND CORRECT									

Gráfico N°19 Modelo de Packing List

Elaboración propia

### **4.3 ELECCIÓN Y APLICACIÓN DE INCOTERM**

Incoterm® 2010 fueron creados para llevar las operaciones del comercio internacional, las cuales ayudan a los operadores a definir correctamente lo siguiente:

- Las responsabilidades entre el comprador y vendedor.
- Las obligaciones de entrega y recepción de la carga.
- Los gastos y riesgos.

El INCOTERMS® 2010 utilizado para nuestra empresa es el FOB (free on board – franco a bordo). Analizaremos los deberes, obligaciones y responsabilidades de este Incoterms, los cuales se estipularan en el contrato con nuestro cliente, así mismo tendremos las siguientes consideraciones:

- ✓ Vendedor entrega mercancía a bordo del buque designado por comprador en puerto de embarque designado.
- ✓ El riesgo de pérdida o daño a la mercancía se transmite cuando la mercancía está a bordo del buque.
- ✓ El comprador debe soportar costos y riesgos de pérdida o daño de mercancía desde la entrega.
- ✓ El vendedor despachará la mercancía en Aduana para exportación.

- ✓ El término FOB sólo puede ser utilizado para transporte por mar o por vías navegables interiores.
- ✓ Si el comprador no da instrucciones sobre transporte, el vendedor puede contratarlo en condiciones usuales y a riesgo y expensas del vendedor.

#### **4.4 DETERMINACIÓN DEL MEDIO DE PAGO Y COBRO**

TAMBO DEL NORTE PERUANO S.A.C. validó con el área de comercio exterior de Banco BBVA Continental, el cual nos proporcionó la información de que la mayor cantidad de sus clientes que exportan a EEUU trabajan con carta de crédito como medio de pago. Este medio de pago cuenta con las siguientes características:

- Una promesa irrevocable de un banco de honrar a de pagar u obligarse a un pago.
- Una presentación de conformidad, es decir, una entrega de documentos que está de acuerdo con los términos y condiciones de la promesa de pago, con las reglas y con la práctica bancaria internacional estándar.

Evaluated los factores económicos (puesto que no es la opción más económica) y la seguridad que brinda, se trabajará con una carta de crédito al generar menor riesgo y una mayor confianza para el exportador.

La carta de crédito según sus tipos será a la vista. Se trabajará con el banco BBVA CONTINENTAL quien cobra un monto de \$180.

Tabla N° 23 Ventajas de la carta de crédito para el exportador e importador

EXPORTADOR (VENDEDOR)	IMPORTADOR (COMPRADOR)
El exportador puede vender contra la promesa de un banco de pagar, no contra la promesa de una empresa comercial.	El comprador puede confirmar que la mercancía se envíe durante o antes de la fecha requerida.
Puede decidir cuando el pago es satisfactorio y enviar la mercancía según se acuerda.	Es más seguro tratar con bancos que pagar por adelantado
No necesita abrir una cuenta y otorgar condiciones de pago al comprador.	Se pueden conseguir mejores términos y precios. Facilita financiamiento.
Se reduce prácticamente el riesgo generado por retrasos de pagos	Los compradores no tienen que pagar por adelantado a un país extranjero antes de recibir los documentos de propiedad de la mercancía pagada.

Elaboración Propia

#### 4.5 ELECCIÓN DEL RÉGIMEN DE EXPORTACIÓN O DE IMPORTACIÓN

TAMBO DEL NORTE PERUANO S.A.C. exportara bajo régimen de la exportación definitiva, el cual es el régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afecta a tributo alguno.

## 4.6 GESTIÓN ADUANERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

A continuación, se muestra paso a paso el proceso:

1. El despachador de aduana transmite electrónicamente la información de los datos provisionales contenida en la Declaración aduanera de mercancías a la SUNAT.
2. La Administración Aduanera válida la información, numera la Declaración Aduanera de mercancías para que el despachador de aduana proceda a imprimir la DAM para el ingreso de la mercancía al terminal aéreo.
3. El despachador de aduana ingresa la mercancía al terminal aéreo.
4. Una vez recibida la información sobre la recepción de la mercancía transmitida electrónicamente por parte del terminal de almacenamiento a la Aduana de despacho y de encontrarse conforme la DAM se procede de manera aleatoria a asignar el canal de control.
5. Reconocimiento físico en caso el canal asignado sea rojo. Se realiza la verificación de la naturaleza, valor, peso de la mercadería y que haya sido correctamente clasificada.
6. En el control de embarque el transportista debe verificar el embarque de la mercadería y anota la cantidad de bultos embarcados, peso bruto total, fecha y hora del término del embarque.
7. La mercancía deberá ser embarcada dentro del plazo máximo de diez (10) días útiles contados desde el día siguiente a la fecha de numeración de la DAM con datos

provisionales, pudiendo prorrogarse el plazo del embarque automáticamente por diez (10) días adicionales, a solicitud del interesado.

8. Dentro del plazo de 15 días contados a partir del día siguiente del embarque , el despacho de aduana debe de regularizar la DAM con datos definitivos , adjuntando los siguientes documentos :

- La DAM con datos provisionales
- Copia carbonada o copia simple visada y firmada por el personal autorizado del transportista de la Guía Aérea
- 2da. Copia de Factura-SUNAT

9. La intendencia de aduana verifica y confronta la documentación requerida con la información registrada en el SIGAD; de ser conforme se procede a registrar la aceptación en el SIGAD y a consignar la conformidad en la DAM, acción que constituye la culminación del trámite de exportación.

## 4.7 GESTIÓN DE LAS OPERACIONES DE IMPORTACIÓN/EXPORTACIÓN

### FLUJO GRAMA

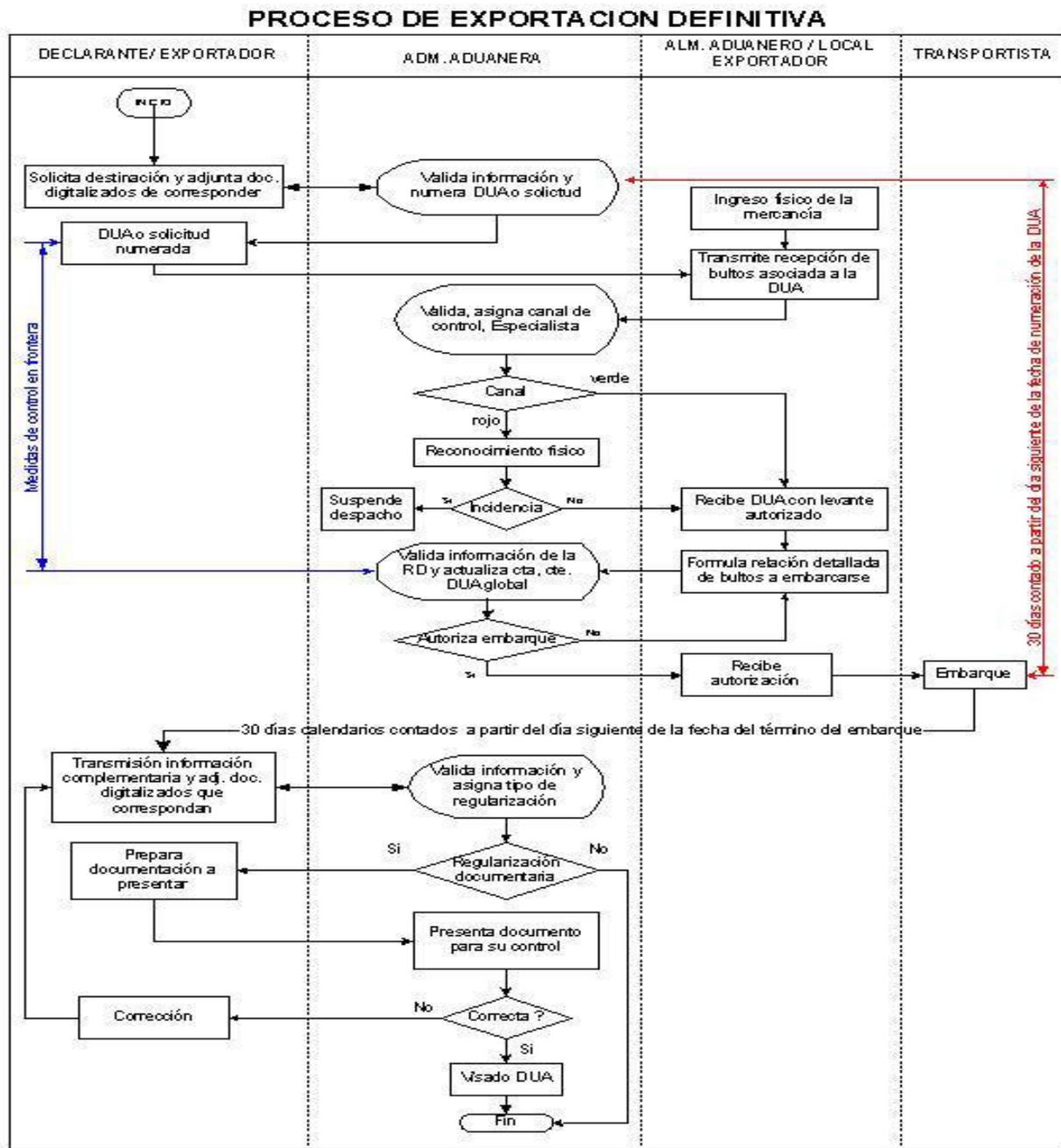


Gráfico N°20 Proceso del régimen de exportación definitiva

Fuente: SUNAT 2017

## 5. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

### 5.1 INVERSIÓN FIJA

#### 5.1.1 ACTIVOS TANGIBLES

Los activos de la empresa TAMBO DEL NORTE PERUANO S.A.C. son los materiales que ayudaran con el desempeño y funcionamiento de la organización.

Tabla N° 24 Activos Tangibles

<b>MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA</b>						
<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>	<b>U.M.</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario S/.</b>	<b>Precio total S/.</b>	<b>Dólar</b>
1	Escritorio de oficina	unidades	3	S/. 70.00	S/. 210.00	\$ 64.81
2	Silla de oficina	unidades	5	S/. 50.00	S/. 250.00	\$ 77.16
3	Útiles de Oficina	unidades	3	S/. 60.00	S/. 180.00	\$ 55.56
4	Estante	unidades	1	S/. 80.00	S/. 80.00	\$ 24.69
5	Hojas bond	millar	2	S/. 65.00	S/. 130.00	\$ 40.12
6	Extintor 5KG	unidades	1	S/. 65.00	S/. 65.00	\$ 20.06
7	Kit de primeros Auxilios	unidades	1	S/. 35.00	S/. 35.00	\$ 10.80
<b>MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA</b>			<b>11</b>		<b>S/. 950.00</b>	<b>\$ 293.21</b>
<b>EQUIPOS DE COMPUTACION</b>						
<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>	<b>U.M.</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario S/.</b>	<b>Precio total S/.</b>	<b>Dólar</b>
8	Impresora multifunción	unidades	1	S/. 350.00	S/. 350.00	\$ 108.02
9	Laptop	unidades	3	S/. 1,300.00	S/. 3,900.00	\$ 1,203.70
10	Equipos de comunicación RPM O RPC	unidades	3	S/. 49.00	S/. 147.00	\$ 45.37
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			<b>7</b>		<b>S/. 4,397.00</b>	<b>\$ 1,357.10</b>
<b>TOTAL ACTIVO TANGIBLE</b>						<b>\$ 1,650.31</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 5.1.2 ACTIVOS INTANGIBLES

En la tabla, se detallan los gastos realizados para la patente y marca de nuestro producto, así como trámites municipales y con SUNAT, los cuales formar parte de un activo fijo intangible.

Tabla N° 25 Activos Intangibles

<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>			
<b>Ítem</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR S/.</b>	<b>Dólar</b>
1	GASTOS DE CONSTITUCION/ LICENCIA	S/. 886.50	\$ 273.61
2	PATENTE/ MARCA	S/. 3,468.00	\$ 1,070.37
3	GASTOS DE PERMISOS DE EXPORTACION	S/. 200.00	\$ 61.73
	<b>TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>S/. 4,554.50</b>	<b>\$ 1405.71</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 5.2 CAPITAL DE TRABAJO

En el cuadro se puede observar que el cálculo de la inversión en capital de trabajo implica calcular cuánto es la inversión necesaria para afrontar los principales egresos operativos hasta que los ingresos puedan cubrir el gasto realizado.

Tabla N° 26 Capital de trabajo

<b>SERVICIOS BASICOS</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>PEN</b>	<b>DÓLAR</b>
LUZ	S/ 80.00	\$ 24.69
AGUA	S/ 80.00	\$ 24.69
TELEFONO + INTERNET	S/ 237.00	\$ 73.15

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			
<b>Ítem</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO PEN</b>	<b>COSTO USD</b>
1	SUELDOS	S/. 5,629.17	\$ 1,737.40
2	MANTENIMIENTO DE OFICINA (LIMPIEZA)	S/. 70.00	\$ 21.60
3	SERVICIOS BÁSICOS	S/. 397.00	\$ 122.53
4	TRANSPORTE VEHICULAR DE LA EMPRESA	S/. 500.00	\$ 154.32
5	ALQUILER	S/. 350.00	\$ 108.02
6	MATERIA PRIMA	S/. 21,712.32	\$ 6,701.33
	<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>S/. 28,658.49</b>	<b>\$ 8,845.21</b>
	<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>S/. 343,901.84</b>	<b>\$ 106,142.54</b>

Fuente: Elaboración Propia

### **5.3 INVERSIÓN TOTAL**

La estructura de inversión total es la suma de la Inversión fija, inversión intangible y el capital de trabajo.

Tabla N° 27 Inversión Total

<b>INVERSION TOTAL</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Total Anual</b>
Inversión fija	\$ 1,650.31	\$ 1,650.31
Inversión intangible	\$ 1,405.71	\$ 2,084.72
Capital de trabajo	\$ 8,845.21	\$ 106,142.54
<b>Total inversión</b>	<b>\$ 11,901.23</b>	<b>\$ 109,877.57</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 5.4 ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

Tabla N° 28 Estructura de Inversión y Financiamiento

(Expresado en dólares)

ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	
% Aporte propio	80%
% Financiado	20%
Préstamo a mediano plazo	\$ 21,975.51
Aporte propio	\$ 87,902.06
<b>Total</b>	<b>\$ 109,877.57</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 5.5 FUENTES FINANCIERAS Y CONDICIONES DE CRÉDITO

Como entidad financiera se ha seleccionada al Banco Interbank que ofrece una tasa efectiva anual del 24%.

Tabla N° 29 Estructura de Inversión y Financiamiento

(Expresado en Dólares)

CONDICIONES DEL CRÉDITO	
<b>Préstamo</b>	21,975.5
<b>Tiempo (mensual)</b>	60
<b>Tasa interés mensual</b>	1.81%
<b>Valor de la Cuota</b>	<b>603.26</b>

Fuente: Elaboración Propia

El plazo para pagar el préstamo es de 60 meses a una tasa mensual del 1.81% y tasa anual del 24% el valor de la cuota mensual aproximada es de 597.30 USD a 603.26 USD.

La estructura del cronograma de pago se da de la siguiente manera:

Tabla N° 30 Cronograma de Pago por 60 meses

Meses	Saldo deudor	Interés	Amortización	Renta	Ahorro tributario	Flujo de caja después de impuesto
<b>0</b>	<b>21,976</b>				<b>Escudo Fiscal</b>	
1	21,770	397.48	205.78	603	5.96	597.30
2	21,560	393.76	209.50	603	5.91	597.35
3	21,347	389.97	213.29	603	5.85	597.41
4	21,130	386.11	217.15	603	5.79	597.47
5	20,909	382.19	221.07	603	5.73	597.53
6	20,684	378.19	225.07	603	5.67	597.59
7	20,455	374.12	229.14	603	5.61	597.65
8	20,221	369.97	233.29	603	5.55	597.71
9	19,984	365.75	237.51	603	5.49	597.77
10	19,742	361.46	241.80	603	5.42	597.84
11	19,496	357.08	246.18	603	5.36	597.90
12	19,245	352.63	250.63	603	5.29	597.97
13	18,990	348.10	255.16	603	5.22	598.04
14	18,730	343.48	259.78	603	5.15	598.11
15	18,466	338.78	264.48	603	5.08	598.18
16	18,196	334.00	269.26	603	5.01	598.25
17	17,922	329.13	274.13	603	4.94	598.32
18	17,643	324.17	279.09	603	4.86	598.40
19	17,359	319.12	284.14	603	4.79	598.47
20	17,070	313.98	289.28	603	4.71	598.55
21	16,775	308.75	294.51	603	4.63	598.63
22	16,475	303.42	299.84	603	4.55	598.71
23	16,170	298.00	305.26	603	4.47	598.79
24	15,859	292.48	310.78	603	4.39	598.87
25	15,543	286.86	316.40	603	4.30	598.96

26	15,221	281.14	322.13	603	4.22	599.04
27	14,893	275.31	327.95	603	4.13	599.13
28	14,559	269.38	333.88	603	4.04	599.22
29	14,219	263.34	339.92	603	3.95	599.31
30	13,873	257.19	346.07	603	3.86	599.40
31	13,521	250.93	352.33	603	3.76	599.50
32	13,162	244.56	358.70	603	3.67	599.59
33	12,797	238.07	365.19	603	3.57	599.69
34	12,425	231.46	371.80	603	3.47	599.79
35	12,046	224.74	378.52	603	3.37	599.89
36	11,661	217.89	385.37	603	3.27	599.99
37	11,269	210.92	392.34	603	3.16	600.10
38	10,869	203.83	399.44	603	3.06	600.20
39	10,463	196.60	406.66	603	2.95	600.31
40	10,049	189.24	414.02	603	2.84	600.42
41	9,627	181.76	421.50	603	2.73	600.53
42	9,198	174.13	429.13	603	2.61	600.65
43	8,761	166.37	436.89	603	2.50	600.77
44	8,316	158.47	444.79	603	2.38	600.88
45	7,864	150.42	452.84	603	2.26	601.00
46	7,402	142.23	461.03	603	2.13	601.13
47	6,933	133.89	469.37	603	2.01	601.25
48	6,455	125.40	477.86	603	1.88	601.38
49	5,969	116.76	486.50	603	1.75	601.51
50	5,473	107.96	495.30	603	1.62	601.64
51	4,969	99.00	504.26	603	1.49	601.78
52	4,456	89.88	513.38	603	1.35	601.91
53	3,933	80.60	522.67	603	1.21	602.05
54	3,401	71.14	532.12	603	1.07	602.19
55	2,859	61.52	541.74	603	0.92	602.34
56	2,308	51.72	551.54	603	0.78	602.49
57	1,746	41.74	561.52	603	0.63	602.63
58	1,175	31.59	571.68	603	0.47	602.79
59	593	21.24	582.02	603	0.32	602.94
60	0	10.72	592.54	603	0.16	603.10

Fuente: Elaboración Propia

En el cronograma de pago se está considerando el escudo fiscal de 1.5%.

## 5.6 PRESUPUESTO DE COSTOS

Se evaluarán todos los costos que tendrá la empresa por un periodo de 5 años.

Tabla N° 31 Presupuesto de costo del Producto

<b>PRESUPUESTO DE COSTO DEL PRODUCTO</b>					
<b>Tasa promedio de demanda = 0.86%</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
CANT. TAMBO DEL NORTE	17,280	17,429	17,578	17,730	17,882
TAMBO DEL NORTE	4.29	4.43	4.57	4.72	4.88
<b>TOTAL</b>	<b>74,080.00</b>	<b>77,160.34</b>	<b>80,368.76</b>	<b>83,710.59</b>	<b>87,191.38</b>

Fuente: Elaboración Propia

Partiendo de la premisa que serán 12 embarques anuales, con periodos de envíos mensuales. La proyección de las cantidades de ventas se ha obtenido a partir de tener como referencia tasa promedio de la demanda de estados unidos por el producto que es de 0.86%.

El costo de producto se incrementa anualmente en un 0.86%, esto se proyecta dado que la inflación se relaciona con el incremento general de los costos del producto y DFI, a futuro se espera que la tasa siga al mismo ritmo de 5 años atrás.

Para el primer año se tiene previsto un presupuesto de costo de producto ascendente a 74,080.00USD.

Tabla N° 32 Costos DFI Anual (Expresado en Dólares)

<b>COSTOS DE DFI</b>					
<b>Concepto</b>	<b>Año 01</b>	<b>Año 02</b>	<b>Año 03</b>	<b>Año 04</b>	<b>Año 05</b>
Gastos administrativos VB	420.0	433.7	447.9	462.6	477.7
Flete terrestre	840.0	867.5	895.8	925.1	955.4
Gastos de estiba y carga	1020.0	1053.4	1087.8	1123.4	1160.1
Comisión Ag Aduana	936.0	966.6	998.2	1030.9	1064.6
Embarque mercancías LCL	540.0	557.7	575.9	594.7	614.2
Otros documentos	420.0	433.7	447.9	462.6	477.7
Comisión Carta de Crédito	2160.0	2230.6	2303.6	2378.9	2456.7
<b>Total</b>	<b>6,336.00</b>	<b>6,543.19</b>	<b>6,757.15</b>	<b>6,978.11</b>	<b>7,206.29</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 5.7 PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla N° 33 Punto de Equilibrio

<b>DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO</b>				
<b>CONCEPTO</b>	<b>ANUAL S/.</b>	<b>MENSUAL S/.</b>	<b>ANUAL US\$</b>	<b>MENSUAL US\$</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>S/. 138,524.40</b>	<b>S/. 11,543.70</b>	<b>\$ 42,754.45</b>	<b>\$ 3,562.87</b>
Sueldos	S/. 67,550.00	S/. 5,629.17	\$ 20,848.77	\$ 1,737.40
Marketing	S/. 23,976.00	S/. 1,998.00	\$ 7,400.00	\$ 616.67
Mantenimiento	S/. 840.00	S/. 70.00	\$ 259.26	\$ 21.60
Servicios Básicos	S/. 4,764.00	S/. 397.00	\$ 1,470.37	\$ 122.53

Distribución física internacional	S/.	20,528.64	S/.	1,710.72	\$	6,336.00	\$	528.00
Útiles	S/.	180.00	S/.	15.00	\$	55.56	\$	4.63
Hojas Bond	S/.	130.00	S/.	10.83	\$	40.12	\$	3.34
Constitución	S/.	886.50	S/.	73.88	\$	273.61	\$	22.80
Patente	S/.	3,468.00	S/.	289.00	\$	1,070.37	\$	89.20
Depreciación	S/.	1,593.00	S/.	132.75	\$	491.67	\$	40.97
Interés Financiero	S/.	14,608.26	S/.	1,217.36	\$	4,508.72	\$	375.73
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>S/.</b>	<b>37.70</b>	<b>S/.</b>	<b>37.70</b>	<b>\$</b>	<b>11.63</b>	<b>\$</b>	<b>11.63</b>
<b>COSTO DE VENTA</b>	<b>S/.</b>	<b>13.89</b>	<b>S/.</b>	<b>13.89</b>	<b>\$</b>	<b>4.29</b>	<b>\$</b>	<b>4.29</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 34 Determinación del Punto de Equilibrio

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 42,754.45</b>
<b>PRECIO DE VENTA-COSTO DE VENTA</b>	<b>\$ 7.35</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>5,812 Unidades</b>

El punto de equilibrio es de 5812 unidades, es decir se necesita vender 5812 unidades anuales para que los ingresos sean iguales a los costos; por tanto, a partir de esta cantidad, recién se estaría empezando a generar utilidades. La empresa tiene proyectado vender 1440 unidades mensuales, un total de 17 280 unidades anuales.

## **5.8 TRIBUTACIÓN DE LA EXPORTACIÓN**

La exportación de mercancía no está afecta al pago de ningún tributo.

## 5.9 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Tabla N° 35 Ingresos por ventas en USD

INGRESOS POR VENTAS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CANT. TAMBO DEL NORTE	17,280	17,429	17,578	17,730	17,882
PRECIO FOBTAMBO DEL NORTE	11.63	12.0	12.4	12.8	13.2
<b>TOTAL</b>	<b>201,040</b>	<b>209,399</b>	<b>218,107</b>	<b>227,176</b>	<b>236,622</b>

Fuente: Elaboración Propia

Esta cantidad tendrá como elemento conjunto el precio unitario que anualmente se incrementará 0.86% proyectado en la demanda estadounidense, esto se proyecta dado que la inflación se relaciona con el incremento general de los costos y a futuro se espera que la tasa siga al mismo ritmo de 5 años atrás

## 5.10 PRESUPUESTO DE EGRESOS

Tabla N° 36 Depreciación de Activos Fijos

DEPRECIACION				
Detalle	Vida Útil (Meses)	Valor	Depreciación mensual	Depreciación anual
Escritorio	72	64.81	6.48	77.78
Silla de Escritorio	72	77.16	7.72	92.59
Estante	72	55.56	5.56	66.67
Laptops	72	24.69	6.17	74.07
Impresora multifuncional	72	40.12	10.03	120.37
Equipos de comunicación - RPM	72	20.06	5.02	60.19
<b>Total</b>			<b>40.97</b>	<b>491.67</b>

Fuente: Elaboración Propia

Para depreciación de muebles se ha tomado el 10% y para equipos de cómputo el 25%.

Tabla N° 37 Gastos Administrativos y Costos Fijos

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS Y COSTOS FIJOS</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Sueldos	20,848.77	20,848.77	21,891.20	21,891.20	22,985.76
*Tangibles	1,650.31	156.82	161.95	167.24	172.71
*Intangibles	2,084.72	764.96	789.98	815.81	842.49
Mantenimientos	259.26	267.74	276.49	285.53	294.87
Servicios Básicos	1,470.37	1,518.45	1,568.10	1,619.38	1,672.34
Alquiler	1,296.30	1,338.69	1,382.46	1,427.67	1,474.35
Transporte vehicular de la empresa	1,851.85	1,912.41	1,974.94	2,039.52	2,106.22
<b>Total</b>	<b>29,461.57</b>	<b>26,807.83</b>	<b>28,045.13</b>	<b>28,246.36</b>	<b>29,548.73</b>

Fuente: Elaboración Propia

En el caso de los salarios se ha considerado un aumento del 5% cada dos años.

\*Para los tangibles a partir del 2do año se ha considerado como gastos anuales, útiles, hojas bond, kit de primeros auxilios y RPC O RPM, debido a que estos deberán ser comprados anualmente.

\*Para intangibles se ha considerado a partir del segundo año solo los gastos en permisos de exportación.

Los gastos en tangibles, intangibles, mantenimientos, servicios básicos y transporte se ha considerado que se incrementaran anualmente en un 0.86% con respecto al año anterior. Esto se proyecta dado que la inflación se relaciona con el incremento

general de los costos y a futuro se espera que la tasa siga al mismo ritmo de 5 años atrás.

Tabla N° 38 Presupuesto de gastos de venta y marketing

<b>PRESUPUESTO DE VENTA Y MARKETING</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ferias	7,000	7,228.90	7,465.29	7,709.40	7,961.50
Merchandising	400.00	413.08	426.59	440.54	454.94
<b>Total</b>	<b>7,400.00</b>	<b>7,641.98</b>	<b>7,891.87</b>	<b>8,149.94</b>	<b>8,416.44</b>

Fuente: Elaboración Propia

Se ha considerado la participación en 3 ferias anuales.

Se muestra el presupuesto de costo de ventas. El costo de ventas está basado en la participación en dos ferias una feria nacional por 3000 USD y otra internacional por 4000 USD y Merchandising abarca la creación de página web, Publicidad entre otros. A partir del 2do año se ha considerado también el incremento del 0.86%.

### **5.11 FLUJO DE CAJA PROYECTADO**

En el Flujo de Caja Económico se puede apreciar que para el primer año de operaciones se tendrá una FCE \$ 60,527.63 dólares americanos y se estima un FCE para el final del periodo de \$ 73,878.96 dólares americanos. Por otro lado, el flujo de caja financiero para el primer año será de 53,356.13 USD y para el año 5 será de 66,651.58 USD.

Tabla N° 39 Flujo de caja proyectado (Expresado en dólares)

Flujo de Caja						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Entradas de caja</b>						
Ventas		201,040.00	209,399.49	218,106.57	227,175.71	236,621.96
<b>Total entradas de caja</b>		<b>201,040.00</b>	<b>209,399.49</b>	<b>218,106.57</b>	<b>227,175.71</b>	<b>236,621.96</b>
<b>Salidas de caja</b>						
Inversiones	109,877.57	-	-	-	-	-
Costos de materia prima		74,080.00	77,160.34	80,368.76	83,710.59	87,191.38
Otros costos operativos		6,336.00	6,543.19	6,757.15	6,978.11	7,206.29
Gastos administrativos		29,461.57	26,807.83	28,045.13	28,246.36	29,548.73
Ventas y Marketing		7,400.00	7,641.98	7,891.87	8,149.94	8,416.44
Pago de Impuesto a la renta		23,234.80	25,635.81	26,995.79	28,781.91	30,380.16
<b>Total salidas de caja</b>	109,877.57	140,512.37	143,789.15	150,058.69	155,866.90	162,743.00
<b>FLUJO DE CAJA ECONOMICO</b>	109,877.57	60,527.63	65,610.34	68,047.88	71,308.81	73,878.96
Préstamo	21,975.51					
(Egresos por deuda)		7,171.50	7,181.33	7,193.52	7,208.63	7,227.37
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	87,902.06	53,356.13	58,429.01	60,854.36	64,100.18	66,651.58
<b>FLUJO DE CAJA ACUMULADO</b>		53,356.13	111,785.14	172,639.50	236,739.68	303,391.27

Fuente: Elaboración Propia

## 5.12 ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

Tabla N° 40 Estado de Ganancias y Pérdidas (Expresado en dólares)

<b>ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS</b>					
	<b>Año 1 USD</b>	<b>Año 2 USD</b>	<b>Año 3 USD</b>	<b>Año 4 USD</b>	<b>Año 5 USD</b>
Ingresos	201,040.00	209,399.49	218,106.57	227,175.71	236,621.96
Costos por ventas	-80,416.00	-83,703.52	-87,125.91	-90,688.70	-94,397.67
<b>Utilidad bruta</b>	<b>120,624.00</b>	<b>125,695.96</b>	<b>130,980.67</b>	<b>136,487.02</b>	<b>142,224.29</b>
Gastos administrativos	-29,461.57	-26,807.83	-28,045.13	-28,246.36	-29,548.73
Gastos de venta	-7,400.00	-7,641.98	-7,891.87	-8,149.94	-8,416.44
Depreciación y amortización	-491.67	-491.67	-491.67	-491.67	-491.67
<b>Utilidad operativa</b>	<b>83,270.76</b>	<b>90,754.49</b>	<b>94,552.00</b>	<b>99,599.05</b>	<b>103,767.45</b>
Gastos financieros	-4,508.72	-3,853.43	-3,040.86	-2,033.27	-783.86
<b>Utilidad antes impuestos</b>	<b>78,762.04</b>	<b>86,901.07</b>	<b>91,511.15</b>	<b>97,565.78</b>	<b>102,983.58</b>
Impuestos (29.5%)	-23,234.80	-25,635.81	-26,995.79	-28,781.91	-30,380.16
<b>Utilidad neta</b>	<b>55,527.24</b>	<b>61,265.25</b>	<b>64,515.36</b>	<b>68,783.88</b>	<b>72,603.43</b>

Fuente: Elaboración Propia

El objetivo del estado de ganancias y pérdidas o estado de resultados, es proporcionar información sobre los resultados obtenidos en una empresa para la correcta toma de decisiones, para este caso el periodo de 5 años.

Para el primer año de operaciones en el estado de ganancias y pérdidas se tendrá una Utilidad Neta de \$ 55,527.24 dólares americanos y dentro de 5 años se estima una Utilidad Neta de \$ 72,603.43.

## 5.13 EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

A continuación, se muestra los indicadores de rentabilidad, con el fin de analizar la viabilidad del proyecto.

### 5.13.1 Evaluación Económica

Tabla N° 41 Evaluación Económica

EVALUACION ECONOMICA	
PRI	1.88
COK	32.09%
VANE	\$44,872.06
TIRE	52.11%
B/C	1.45

Fuente: Elaboración Propia

- **PRI:** el plazo de recupero de la inversión es de 1.88 años
- **Valor Actual Neto económico (VANE):** Los flujos de caja de los años futuros traídos a valor presente, con un WACC reportan una ganancia para el proyecto de \$ 44,872.06 por lo tanto se demuestra que el proyecto es económicamente rentable.
- **Tasa Interna de Retorno económica (TIRE):** Evaluando la TIRE, el proyecto es rentable, pues se obtiene una tasa del 52.11% que es superior al COK 32.09% Esto indica que el proyecto es rentable para el inversionista.
- **Beneficio-costo:** la relación es de 1.45, los ingresos son superiores a los egresos, lo que indica que el proyecto es rentable.

### 5.13.2 Evaluación Financiera

Tabla N° 42 Evaluación Financiera

EVALUACION FINANCIERA	
VAN FINANCIERO	\$ 58,629.10
TIR FINANCIERO	59.40%
WACC	<b>29.03%</b>

Fuente: Elaboración Propia

- ♦ **Valor Actual Neto Financiero (VANF):** El VANF se obtiene de actualizar los flujos de caja financieros con la WACC 29.03% obteniéndose \$ 58,629.10 dólares americanos. Lo cual demuestra que dentro de la situación de préstamo, el proyecto es más rentable, debido al apalancamiento financiero.
- ♦ **Tasa Interna de Retorno Financiero (TIRF):** La TIRF del proyecto nos representa un 59.40% de rentabilidad para el inversionista en la situación de préstamo. Esta rentabilidad es superior al WACC (29.03%), por lo que el proyecto es muy atractivo.

### 5.13.3 Evaluación Social

La empresa TAMBO DEL NORTE PERUANO SAC. Exportara extracto de algarroba (algarrobina), este negocio no genera ningún tipo de conflicto social o protesta de algún tipo de sindicato por el tipo de giro del negocio, por el contrario, genera trabajo para los productores de los insumos mencionados para nuestro producto y un efecto positivo en la agroindustria.

## 5.14. Evaluación Ambiental

Nuestro insumo para la realización del producto no tiene ningún tipo de impacto negativo con el medio ambiente porque es natural, no contiene ningún químico para la realización del mismo, por lo que este plan de negocios es viable desde el punto de vista ambiental.

### 5.13.4 EVALUACIÓN DE COSTO OPORTUNIDAD DEL CAPITAL DE TRABAJO

El COK se obtuvo a partir del modelo CAPM.

Tabla N° 43 Modelo CAPM

CAPM	
Tasa libre de riesgo	0.83%
Rentabilidad de mercado	11.88%
Beta	1.20
Riesgo del proyecto	15.00%
Riesgo país	3.00%
<b>COK</b>	<b>32.09%</b>

Fuente: (Department of the treasury, 2016), (Bolsa de valores de Lima, 2016) (Betas Damodaran US, 2016) (BCRP, 2016).

Elaboración propia

Tabla N° 44 Evaluación De Costo Oportunidad Del Capital De Trabajo

<b>COK</b>	<b>32.09%</b>
<b>TIR</b>	<b>59.40%</b>

Elaboración propia

El TIR es de 59.40% mayor al COK 32.09%. El proyecto supera esa tasa siendo más rentable invertir en el proyecto.

#### 5.14 CUADRO DE RIESGO DEL TIPO DE CAMBIO

Para el análisis del tipo de cambio se realizar un análisis de sensibilidad el cual medirá el comportamiento de los indicadores de rentabilidad.

A continuación, las proyecciones del flujo de caja económico y financiero con respecto a la variación del tipo de cambio.

- Análisis del FCE según la variación del tipo de cambio

Tabla N° 45 Escenarios Económicos Según Tipo De Cambio – ASE

<b>ANALISIS DE SENSIBILIDAD ECONOMICO</b>						
<b>ESCENARIOS</b>	<b>T.C</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ESCENARIO ACTUAL</b>	3.24	60,527.63	65,610.34	68,047.88	71,308.81	73,878.96
<b>ESCENARIO OPTIMISTA</b>	3.26	60,643.21	65,716.04	68,160.90	71,425.15	74,003.96
<b>ESCENARIO PESIMISTA</b>	3.22	60,410.59	65,503.32	67,933.44	71,191.02	73,752.39

Elaboración Propia

Se ha puesto 2 escenarios distintos el optimista con un tipo de cambio de 3.26 y el pesimista con 3.22. De esta manera nuestras utilidades de los próximos 5 años varían, según los resultados en un escenario optimista tendríamos una ganancia de \$ 60,643.21 en el año 1 y en el año 5, \$ 74,003.96. Por otro lado, en el escenario pesimista del año 1 se empieza con una ganancia de \$ 60,410.59 y en los próximos 5 años incrementa dando así una ganancia \$ 73,752.39.

Tabla N° 46 Riesgo del Tipo de cambio en el VAR y TIR Económico en los 3 escenarios (Expresado en Dólares)

<b>ESCENARIO ACTUAL</b>	
PRI	<b>1.88</b>
VANE	\$44,872.06
TIRE	52.11%
B/C	<b>1.448</b>
<b>ESCENARIO OPTIMISTA</b>	
PRI	<b>1.87</b>
VAN	\$45,319.24
TIR	52.33%
B/C	<b>1.449</b>
<b>ESCENARIO PESIMISTA</b>	
PRI	<b>1.89</b>
VAN	\$44,419.31
TIR	51.88%
B/C	<b>1.447</b>

Elaboración Propia

Según Van y TIR económico en un escenario optimista con un tipo de cambio de 3.26, el VAN es de \$45,319.24 dólares americanos y la TIR 52.33% mientras que en el escenario pesimista con un tipo de cambio 3.22, el VAN es de \$ 44,419.31 dólares americanos y la 51.88%.

- Análisis del FCF según la variación del tipo de cambio

Tabla N° 47 Escenarios financieros según tipo de cambio – ASF

<b>ANALISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERO</b>						
<b>ESCENARIOS</b>	<b>T.C</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ESCENARIO ACTUAL</b>	3.24	53,356.13	58,429.01	60,854.36	64,100.18	66,651.58
<b>ESCENARIO OPTIMISTA</b>	3.26	53,530.76	58,593.84	61,026.62	64,275.88	66,836.10
<b>ESCENARIO PESIMISTA</b>	3.22	53,179.38	58,262.19	60,680.03	63,922.36	66,464.84

Elaboración Propia

Se ha puesto 2 escenarios distintos el optimista con un tipo de cambio de 3.26 y el pesimista con 3.22. De esta manera nuestras utilidades de los próximos 5 años varían, según los resultados en un escenario optimista tendríamos una ganancia de \$ 53,530.76 en el año 1 y en el año 5, \$ 66,836.10. Por otro lado, en el escenario pesimista del año 1 se empieza con una ganancia de \$ 53,179.38 y en los próximos 5 años incrementa dando así una ganancia \$ 66,464.84.

Tabla N° 48 Riesgo del Tipo de cambio en el VAR y TIR Financiero en los 3 escenarios (Expresado en Dólares)

<b>ESCENARIO ACTUAL</b>	
VANF	\$ 58,629.10
TIRF	59.40%
<b>ESCENARIO OPTIMISTA</b>	
VANF	\$ 58,998.48
TIRF	59.61%
<b>ESCENARIO PESIMISTA</b>	
VANF	\$ 58,254.50
TIRF	59.18%

Elaboración Propia

Según Van y TIR financiero en un escenario optimista con un tipo de cambio de 3.26, el VAN es de \$58,998.48 dólares americanos y la TIR 59.61% mientras que en el escenario pesimista con un tipo de cambio 3.22, el VAN es de \$ 58,254.50 dólares americanos y la 59.18%.

## 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1 Conclusiones

- Los resultados del estado financiero con respecto a nuestro VAN es de \$44,872.06 y nuestro TIR es de 52.11 %, por lo que nuestro proyecto es viable.
- En el tema de organización y aspectos legales nuestra empresa cuenta con una sólida asesoría para estos temas, por tal motivo hemos escogido los regímenes mas adecuados para nuestro proyecto en tema de impuestos, personal y otros, esto ayuda maximizar nuestras ganancias.
- Los productos naturales están siendo aceptados en el mercado americano de una manera ascendente, debido a que las personas van tomando conciencia de que existe la prevención e inhibición de enfermedades mejorando su calidad de vida mediante los productos que consume.
- La tercerización del proceso productivo permite a la empresa enfocar su atención en la comercialización internacional y, a su vez, también en la elaboración de estrategias que tengan como objetivo satisfacer al consumidor de una forma eficaz y eficiente, esto permitirá, a su vez, obtener un mayor margen de rentabilidad
- Debido a la obtención de ratios positivos de crecimiento, es necesario que la empresa asegure su sostenimiento, en el cual es necesario que invierta en recursos con miras a la promoción, desarrollo de conocimiento y capacitación del producto por parte del mercado de destino. Generando, a su vez, fuente de trabajo futuro.

## 6.2 Recomendaciones

- En el tema de organización y aspectos legales, se recomienda a futuro la incorporación en el organigrama, de un profesional en temas de marketing ecológico para profundizar aún más este valor agregado que tiene nuestro producto.
- Se recomienda que se seleccione a manera de precaución un proveedor sustituto de materia prima para generar competencia en la calidad de la materia prima local.
- Se recomienda que se seleccione de manera cautelosa el proveedor sustituto de materia prima para poder obtener un producto final de calidad, evitando multas y restricciones, brindando un producto de selección.
- Recomendamos cumplir con las estrategias de promoción y distribución a fin de que nos garantice cumplir con lo pronosticado y así poder llegar a nuestras ventas programadas.
- Se recomienda que las instituciones de comercio exterior apoyen a las empresas pequeñas dando así facilidades de información sin costo alguno.

- Se recomienda que las tarifas pactadas se registren mediante acuerdos comerciales para no tener problemas en los costos entre agencias de aduana y carga.

## **ANEXOS**

## CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: **TAMBO DEL NORTE PERUANO S.A.C.**, empresa constituida bajo las leyes de la República del Perú, debidamente representada por su gerente general **BENNY FRANZ CALLE MONTALVÁN**, con Documento de Identidad N° **71608748**, domiciliado en su Oficina principal ubicado en **CALLE 3 N° 670 BUENOS AIRES SULLANA PIURA**, a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte **AMERICAN AGENT LTD.**, inscrito en la Partida N° 654874 Del Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral N° 2017645, debidamente representado por su Gerente General don **JOHN KENNETH.**, identificado con DNI N° 54875632. Y señalando domicilio el ubicado en Calle **COLD SPRING ROAD SYOSSET, NJ, N° 784,** a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

### GENERALIDADES

#### **CLAUSULA PRIMERA:**

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

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

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

- a) La Convención de las Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Productos (Convención de Viena de 1980, en adelante referida como CISG, por sus siglas en Ingles ) y,
  - b) En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.
- 1.3. Cualquier referencia que se haga a términos del comercio (Como FOB, CIF, EXW, FCA, etc.) estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.
- 1.4. Cualquier referencia que se haga a la publicación de la Cámara de Comercio Internacional, se entenderá como hecha a su versión actual al momento de la conclusión del contrato.
- 1.5. Ninguna modificación hecha a este contrato se considerará válida sin el acuerdo por escrito entre las Partes.

### **CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS**

#### **CLAUSULA SEGUNDA:**

- 2.1. Es acordado por las Partes que **EL VENDEDOR** venderá los siguientes productos: EXTRACTO DE AGARROBA (ALGARROBINA) , y **EL COMPRADOR** pagará el precio de dichos productos de conformidad con el contrato.
- 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 TERCERA:**

**EL VENDEDOR** se compromete a realizar la entrega de periodo de 30 días luego de recibidas las órdenes de compra debidamente firmadas por el comprador.

## **PRECIO**

### **CLAUSULA CUARTA:**

Las Partes acuerdan el precio de **279.12 dólares por caja de 24 unidades** por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador.

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.

## **CONDICIONES DE PAGO**

### **CLAUSULA QUINTA:**

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por **EL COMPRADOR** a **EI VENDEDOR** deberá realizarse por pago adelantado (Carta de crédito).

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 fábrica, 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 comprador; 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 52345 y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes que correspondan, 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.

## **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 Piura, a los 16 Días del mes de agosto 2017.

.....

**EL VENDEDOR**

.....

**EL COMPRADOR**

## Bibliografía

- SIICEX. (s.f.). Obtenido de [http://www.siicex.gob.pe/siicex/porta15ES.asp?\\_page\\_=172.17100&\\_portletid\\_=sfi chaproductoinit&scriptdo=cc\\_fp\\_init&pproducto=1904900000](http://www.siicex.gob.pe/siicex/porta15ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfi chaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=1904900000)
- BANCO MUNDIAL. (2016). Recuperado del 15 de setiembre del 2017 de la página web: <http://www.bancomundial.org/investigacion/>
- CAMARA DE COMERCIO DE LIMA. (2016). Recuperado el 17 de setiembre del 2017 de la página web <http://www.camaralima.org.pe/principal/categoria/comercio-exterior-y-negociaciones-internacionales/10/c-10>
- CENSUS. (2015). CENSUS. Recuperado el 17 de setiembre del 2017, de la página web: [https://www.census.gov/newsroom/releases/archives/2010\\_census/cb11-cn122sp.html](https://www.census.gov/newsroom/releases/archives/2010_census/cb11-cn122sp.html)
- SUNARP. (10 de setiembre de 2017). *Registro de nombre*. Obtenido de [www.sunarp.gob.pe](http://www.sunarp.gob.pe)
- SUNARP. (2017). *SUNARP*. Recuperado el 20 de Marzo de 2015, de SUNARP: <https://www.sunarp.gob.pe/WSCR/inicio/Custom/Themes/WSCR-v10/01v9r4nv583vV-/images/logo-princ/logo-wscr.png>
- SUNAT. (10 de setiembre de 2017). *CIIU*. Obtenido de [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)
- SUNAT. (10 de setiembre de 2017). *Ley de mypes*. Obtenido de [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)
- SUNAT. (10 de setiembre de 2017). *Operatividad aduanera*. Obtenido de [www.aduanet.gob.pe](http://www.aduanet.gob.pe)

- SUNAT. (10 de setiembre de 2017). *Régimen tributario*. Obtenido de [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)
- Sunat. (2017). *Exportacion definitiva*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/despa-pg.02.htm>
- SUNAT. (2017). *SUNAT*. Recuperado el 20 de Marzo de 2015, de SUNAT: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>
- SUNAT. (2017). *SUNAT*. Recuperado el 15 de Marzo de 2015, de SUNAT: [http://www.generalservicont.com/a/Tabla\\_CIIU\\_SUNAT.pdf](http://www.generalservicont.com/a/Tabla_CIIU_SUNAT.pdf)
- SUNAT. (2017). Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/indicestajas/uit.html>
- Sunat. (2017). *Concepto PDT - PLAME*. Recuperado el 2017, de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/pdt-plame>
- Sunat. (2017). *partida*. Recuperado el 2017, de <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>
- PROMPERU. (2015). SIICEX. Recuperado el 20 de setiembre de 2017, de SIICEX: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/1025163015radB52B3.pdf>
- SIICEX. (2015). SIICEX. Recuperado el 20 de setiembre del 2017, de la página web: [http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?\\_page\\_=234.00000](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=234.00000)
- SPECIALTY FOOD ASOCIATION. (2017). SUMMER FANCY FOOD SHOW. Recuperado el 15 de setiembre del 2017 de la página web: <https://www.specialtyfood.com/shows-events/summer-fancy-food-show/>