



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

**EXPORTACIÓN DE SNACKS NATURALES A BASE DE ÑUÑA
DULCE AL MERCADO DE BOGOTÁ COLOMBIA**

**PRESENTADO POR
SULEIKA NOHELY ESPINOZA BRAVO**

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

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC

Reconocimiento – No comercial

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, y aunque en las nuevas creaciones deban reconocerse la autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos.

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



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

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
EXPORTACIÓN DE SNACKS NATURALES A BASE DE ÑUÑA DULCE
AL MERCADO DE BOGOTÁ COLOMBIA**

Presentado por:

Bachiller: Suleika Nohely Espinoza Bravo

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

Lima - Perú

2020

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado en primer lugar a Dios, porque me está permitiendo concluir una etapa más en mi vida profesional. A mi madre que siempre fue mi soporte y motivación para seguir adelante. Y por último, a mi abuela que en Marzo del presente año se convirtió en mi ángel, a ella gracias por haberme criado y sé que donde este se sentirá orgullosa que siga avanzando.

AGRADECIMIENTO

Agradecer primero a Dios por mantener a toda mi familia con salud, y darme las fuerzas y capacidades para poder resolver este plan de negocios. Y finalmente agradecer a mi mama que es un constante apoyo en el logro de mis objetivos y siempre ha estado dándome las fuerzas para poder seguir adelante.

TABLA DE CONTENIDO

1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN	18
2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	19
2.1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	19
2.2. ACTIVIDAD ECONÓMICA O CODIFICACIÓN INTERNACIONAL (CIIU).....	19
2.3. UBICACIÓN Y FACTIBILIDAD MUNICIPAL Y SECTORIAL	21
2.3.1. Ubicación	21
2.3.2. Factibilidad Municipal.....	23
2.3.3. Factibilidad Sectorial	24
2.4. OBJETIVOS DE LA EMPRESA, PRINCIPIO DE LA EMPRESA EN MARCHA	24
2.4.1. Foda.....	24
2.4.2. Objetivos	28
2.4.3. Misión.....	28
2.4.4. Visión	29
2.4.5. Valores.....	29
2.4.6. Principios	30
2.4.7. Cultura Organizacional y Política	31
2.5. LEY DE MYPES, MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, CARACTERÍSTICAS.....	32
2.6. ESTRUCTURA ORGÁNICA.....	33
2.7. CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PERSONAL.	38
2.8. FORMA JURÍDICA EMPRESARIAL.....	39
2.9. REGISTRO DE MARCA Y PROCEDIMIENTO EN INDECOPI	41
2.10. REQUISITOS Y TRÁMITES MUNICIPALES	43
2.11. RÉGIMEN TRIBUTARIO PROCEDIMIENTO DESDE LA OBTENCIÓN DEL RUC Y MODALIDADES.....	44
2.11.1. Régimen Tributario.....	44
2.11.2. Procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades.....	46
2.12. REGISTRO DE PLANILLAS ELECTRÓNICA (PLAME).	47
2.13. RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL Y GENERAL LABORAL.	48
2.14. MODALIDADES DE CONTRATOS LABORALES.	50

2.15. CONTRATOS COMERCIALES Y RESPONSABILIDAD CIVIL DE LOS ACCIONISTAS.	52
3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL	54
3.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	54
3.2. INVESTIGACIÓN DEL MERCADO DE OBJETIVO	62
3.2.1. Segmentación de mercado objetivo	64
3.2.2. Tendencias de consumo	73
3.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA.....	75
3.3.1. Análisis de la oferta.....	75
3.3.2. Análisis de la demanda.....	83
3.4. ESTRATEGIAS DE VENTAS Y DISTRIBUCIÓN	88
3.4.1. Estrategias de segmentación.....	88
3.4.2. Estrategias de posicionamiento	89
3.4.3. Estrategias de distribución	91
3.5. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	93
3.6. TAMAÑO DE PLANTA. FACTORES CONDICIONANTES.	100
4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL.....	103
4.1. ENVASES, EMPAQUES Y EMBALAJES	103
4.1.1. Envase	103
4.1.2. Empaque.....	105
4.1.3. Embalaje	106
4.2. DISEÑO DEL ROTULADO Y MARCADO.....	110
4.2.1. Diseño del rotulado	110
4.2.2. Diseño del mercado	114
4.3. UNITARIZACIÓN Y CUBICAJE DE LA CARGA	116
4.4. CADENA DE DFI DE EXPORTACIÓN	119
4.4.1. Determinación de requerimiento de insumo e infraestructura	120
4.4.2. Establecer estrategias de suministro	122
4.4.3. Requisitos de acceso al mercado objetivo	129
4.4.4. Aspectos de calidad, trazabilidad y certificaciones	132
4.4.5. Determinación de la vía de embarque	133
4.4.6. Determinación del operador logístico a intervenir	135

4.4.7. Técnicas de cuantificación de demora	136
4.5. SEGURO DE LAS MERCANCIAS	137
5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL	140
5.1. FIJACIÓN DE PRECIOS	140
5.1.1. Costos y precio	140
5.1.2. Cotización internacional	145
5.2. CONTRATO DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL Y SUS DOCUMENTOS	147
5.3. ELECCIÓN Y APLICACIÓN DEL INCOTERM	154
5.4. DETERMINACIÓN DEL MEDIO DE PAGO Y COBRO	156
5.5. ELECCIÓN DEL RÉGIMEN DE EXPORTACIÓN	158
5.6. GESTIÓN ADUANERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL	159
5.7. GESTIÓN DE LAS OPERACIONES DE EXPORTACIÓN: FLUJO GRAMA	160
5.8. GESTIÓN DE LAS OPERACIONES DE PRODUCCIÓN DEL BIEN O SERVICIO A EJECUTAR: FLUJO GRAMA.	162
6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	163
6.1. INVERSIÓN FIJA	163
6.1.1. Activos tangibles	163
6.1.2. Activos intangibles	163
6.2. CAPITAL DE TRABAJO	164
6.3. INVERSIÓN TOTAL	165
6.4. ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	166
6.5. FUENTES FINANCIERAS Y CONDICIONES DE CRÉDITO	168
6.6. PRESUPUESTO DE COSTOS	169
6.7. PUNTO DE EQUILIBRIO	171
6.8. TRIBUTACIÓN DE LA EXPORTACIÓN	174
6.9. PRESUPUESTO DE INGRESOS	174
6.10. PRESUPUESTO DE EGRESOS	175
6.11. FLUJO DE CAJA PROYECTADO	176
6.11.1 Flujo de caja económico	176
6.11.2. Flujo de caja financiero	177
6.12. ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDA	178
6.13. EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN	179

6.13.1. Evaluación Económica.....	179
6.13.2. Evaluación Financiera.....	180
6.13.3. Evaluación social	181
6.13.4. Impacto ambiental.....	181
6.14. EVALUACIÓN DE COSTO OPORTUNIDAD DEL CAPITAL DE TRABAJO.....	181
6.15. CUADRO DE RIESGO DEL TIPO DE CAMBIO	182
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	184
7.1. CONCLUSIONES.....	184
7.2. RECOMENDACIONES	185
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	187
ANEXOS.....	196

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME	20
TABLA 2: TIPO DE CONTRIBUYENTE	20
TABLA 3: TIPO DE ZONA	20
TABLA 4: TIPO DE VÍA.....	20
TABLA 5: DOCUMENTO DE IDENTIDAD.....	20
TABLA 6: SEXO	20
TABLA 7: NACIONALIDAD.....	21
TABLA 8: CONDICIÓN DE DOMICILIADO	21
TABLA 9: ORIGEN DE LA ENTIDAD	21
TABLA 10: CODIFICACIÓN DE TRIBUTOS	21
TABLA 11: CÓDIGOS DE PROFESIÓN U OFICIO	21
TABLA 12: DISTRITOS DE UBICACIÓN DEL NEGOCIO	22
TABLA 13: MÉTODO DE FACTORES PONDERADOS PARA LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	22
TABLA 14: MATRIZ EFI (EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS)	24
TABLA 15: MATRIZ EFE (EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS).....	25
TABLA 16: MATRIZ FODA	26
TABLA 17: CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA	32
TABLA 18: ASIGNACIÓN DE PERSONAL DE LA EMPRESA DELICIAS S.A.C.	38
TABLA 19: SERVICIO DE TERCEROS DE LA EMPRESA DELICIAS S.A.C.	38
TABLA 20: APORTE DE CAPITAL DE LOS SOCIOS DE LA EMPRESA DELICIAS S.A.C.	40
TABLA 21: CUADRO COMPARATIVO DE LOS RÉGIMENES TRIBUTARIOS	44
TABLA 22: REQUISITOS NECESARIOS PARA LA INSCRIPCIÓN AL RUC	47
TABLA 23: REGISTRO DE PLANILLAS ELECTRÓNICAS	47
TABLA 24: CONTRATOS DE LA EMPRESA DELICIAS S.A.C.	52
TABLA 25: CLASIFICACIÓN ARANCELARIA DEL PRODUCTO DE SNACKS DE ÑUÑA DULCE EN PERÚ Y COLOMBIA	57
TABLA 26: PRINCIPALES IMPORTADORES A NIVEL MUNDIAL DE LA PARTIDA 0713331900	62

TABLA 27: EXPORTACIONES PERUANAS A NIVEL MUNDIAL DE LA PARTIDA 0713331900	63
TABLA 28: INDICADORES DE COMPETITIVIDAD DOING BUSINESS 2020.....	68
TABLA 29: LAS CIUDADES MÁS POBLADAS DE COLOMBIA.....	71
TABLA 30: PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE LA PARTIDA 0713.33.19.00 A NIVEL MUNDIAL.....	75
TABLA 31: PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE LA PARTIDA 0713.33.19.00 A NIVEL MUNDIAL.....	77
TABLA 32: TOTAL DE EXPORTACIONES PERUANAS DE LA PARTIDA 0713.33.19.00 A NIVEL MUNDIAL.....	78
TABLA 33: TOTAL DE EXPORTACIONES PERUANAS DE LA PARTIDA 0713.33.19.00 A NIVEL MUNDIAL.....	79
TABLA 34: LISTA DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS EN PERÚ PARA LA PARTIDA 0713.33.19.00	79
TABLA 35: TABLA DE PRODUCCIÓN DE LA ÑUÑA.....	82
TABLA 36: PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE LA PARTIDA 0713.33.19.00	83
TABLA 37: PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE LA PARTIDA 0713.33.19.00	84
TABLA 38: DEMANDA DE COLOMBIA DEL 2014 - 2018 DE LA PARTIDA 0713.33.19.00	85
TABLA 39: APLICACIÓN DEL MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS	85
TABLA 41: PROYECCIÓN DE LAS EXPORTACIONES PARA NUMIX SNACKS	87
TABLA 42: ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO NUMIX SNACKS.....	90
TABLA 43: LISTA DE POSIBLES DISTRIBUIDORAS EN BOGOTÁ, COLOMBIA	92
TABLA 44: MEDIDAS DEL ENVASE DEL PRODUCTO	104
TABLA 45: MEDIDAS DEL EMPAQUE DEL PRODUCTO	105
TABLA 46: REQUISITOS GENERALES QUE DEBEN CUMPLIR LOS RÓTULOS O ETIQUETAS EN COLOMBIA.....	111
TABLA 48: TIPOS DE MARCAS PARA EL TRANSPORTE DE MERCANCÍAS Y APLICACIÓN	114
TABLA 49: MEDIDAS PARA LA CAJA MASTER Y EL PALLET	117
TABLA 50: MEDIDAS DEL ENVASE.....	118
TABLA 51: MEDIDAS DE LA CAJA MASTER.....	118
TABLA 52: UNITARIZACION DE LA MERCANCÍA	118

TABLA 53: PROVEEDORES DE LA EMPRESA DELICIAS S.A.C.....	120
TABLA 54: CRITERIOS PARA LA SELECCIÓN DE LA EMPRESA PROVEEDORA DE MATERIA PRIMA.....	123
TABLA 57: PONDERACIÓN PARA LA SELECCIÓN DE LA EMPRESA PROVEEDORA DEL ENVASE.....	124
TABLA 58: CRITERIOS PARA LA SELECCIÓN DE LA EMPRESA PROVEEDORA DEL SERVICIO DE MAQUILA.....	125
TABLA 59: PONDERACIÓN PARA LA SELECCIÓN DE LA EMPRESA PROVEEDORA DEL SERVICIO DE MAQUILA.....	125
TABLA 60: INSTITUCIONES EN PERÚ.....	129
TABLA 61: INSTITUCIONES EN COLOMBIA.....	130
TABLA 62: CUADRO DE PONDERACIÓN PARA LA ELECCIÓN DEL MEDIO DE TRANSPORTE.....	134
TABLA 63: CRITERIOS DE SELECCIÓN PARA OPERADORES LOGÍSTICOS.....	135
TABLA 64. TÉCNICAS DE CUANTIFICACIÓN DE DEMORA.....	136
TABLA 65: PRINCIPALES PRECIOS A NIVEL MUNDIAL DE LA PARTIDA 0713.33	141
TABLA 66: PRINCIPALES PRECIOS DE LAS EXPORTACIONES PERUANAS DE LA PARTIDA 0713.33.19.00.....	141
TABLA 67: PRECIOS FOB REFERENCIALES EN KILOGRAMOS (US\$ / KGR) DE PERÚ QUE EXPORTAN EN LA PARTIDA 0713.33.19.00	142
TABLA 68: COSTOS POR TERCERIZACIÓN	142
TABLA 69: COSTOS DE EXPORTACIÓN	142
TABLA 70: GASTOS DEL PERSONAL.....	143
TABLA 71: GASTOS FIJOS.....	143
TABLA 72: GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	143
TABLA 73: GASTOS DE VENTAS	143
TABLA 74: COSTOS FIJOS (INDIRECTOS).....	144
TABLA 75: COSTOS VARIABLES (DIRECTOS)	144
TABLA 76: COSTOS TOTALES	144
TABLA 77: ESTRUCTURA DE PRECIO	144
TABLA 78: INFORMACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN DEL CONTRATO DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL.....	147

TABLA 79: CONTRATO DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL	149
TABLA 80: CARGOS Y RIESGO DEL INCOTERM FOB.....	155
TABLA 81: ACTIVOS TANGIBLES.....	163
TABLA 82: ACTIVOS INTANGIBLES	163
TABLA 83: CAPITAL DE TRABAJO	164
TABLA 84: INVERSIÓN TOTAL	166
TABLA 85. ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....	166
TABLA 86: FLUJO DE CAJA DE DEUDA	167
TABLA 87: COMPARACIÓN DE BANCOS Y CAJAS MUNICIPALES	168
TABLA 88: CONDICIONES DE CRÉDITO	169
TABLA 89: COSTOS DE PRODUCTO TERCEARIZADO	169
TABLA 90: COSTOS DE EXPORTACIÓN	169
TABLA 91: TOTAL COSTOS DE PRODUCTO TERCEARIZADO Y EXPORTACIÓN	170
TABLA 92: MATERIALES INDIRECTOS.....	170
TABLA 93: GASTOS DE PERSONAL	170
TABLA 94: GASTOS FIJOS.....	170
TABLA 95: GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	171
TABLA 96: GASTOS DE VENTAS	171
TABLA 97: COSTOS FIJOS	171
TABLA 98: COSTOS VARIABLES	172
TABLA 99: COSTOS TOTALES	172
TABLA 100: ESTRUCTURA DE PRECIO	172
TABLA 101: SALDO A FAVOR DEL EXPORTADOR	174
TABLA 102: VENTAS EN LOS PRÓXIMOS AÑOS	174
TABLA 103: TASA DE INFLACIÓN DE LOS AÑOS 2015 AL 2019.....	175
TABLA 104: TASA DE INFLACIÓN PROMEDIO DE LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.....	175
TABLA 105: PRESUPUESTO PROYECTADO DE COSTOS VARIABLES.....	176
TABLA 106: PRESUPUESTO PROYECTADO DE COSTOS FIJOS.....	176
TABLA 107: FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	176
TABLA 108: FLUJO DE CAJA FINANCIERO.....	177

TABLA 109: DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS TANGIBLES	178
TABLA 110: AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS INTANGIBLES	178
TABLA 111: TOTAL DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	178
TABLA 112: ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS.....	178
TABLA 113: RESULTADO ECONÓMICO.....	179
TABLA 114: RESULTADO FINANCIERO	180
TABLA 115: RESULTADO DEL CÁLCULO DEL COK Y WACC	182
TABLA 116: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON TIPO DE CAMBIO.....	183

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: UBICACIÓN DE LA EMPRESA DELICIAS S.A.C.	23
FIGURA 2: VALORES DE LA EMPRESA DELICIAS S.A.C.	30
FIGURA 4: ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA DELICIAS S.A.C.	34
FIGURA 6: DERECHOS LABORALES COMUNES AL RÉGIMEN LABORAL GENERAL Y RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA.....	48
FIGURA 7: DIFERENCIAS ENTRE EL RÉGIMEN LABORAL GENERAL Y EL RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA.....	49
FIGURA 8: PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO	55
FIGURA 9: CADENA DE VALOR DE MICHAEL PORTER.....	58
FIGURA 10: ACTIVIDADES PRIMARIAS.....	58
FIGURA 11: ACTIVIDADES DE APOYO.....	59
FIGURA 12: GRAFICO DE PROYECCIÓN LINEAL	87
FIGURA 13: ESTRATEGIAS GENÉRICAS SEGÚN MICHAEL PORTER.....	88
FIGURA 14: CANAL INDIRECTO DE DISTRIBUCIÓN.....	92
FIGURA 15: PÁGINA WEB DE LA EMPRESA DELICIAS S.A.C.....	98
FIGURA 16: PÁGINA DE FACEBOOK DE LA EMPRESA DELICIAS S.A.C.....	99
FIGURA 17: PÁGINA DE INSTAGRAM DE LA EMPRESA DELICIAS S.A.C.	100
FIGURA 18: DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA NUMIX SNACKS – FORMA 1.....	101
FIGURA 19: DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA NUMIX SNACKS – FORMA 2.....	101
FIGURA 20: DISEÑO Y MEDIDAS DEL ENVASE DEL PRODUCTO	103
FIGURA 21: MEDIDAS DEL EMPAQUE DEL PRODUCTO	105
FIGURA 22: MEDIDAS DE LA PALETA AMERICANA O UNIVERSAL.....	106
FIGURA 23: DISTRIBUCIÓN DE CAJAS POR PALLET.....	109
FIGURA 24: STRETCH FILM	109
FIGURA 25: ETIQUETA DE NUMIX SNACKS.....	113
FIGURA 26: DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA NUMIX SNACKS – FORMA 1.....	121
FIGURA 27: DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA NUMIX SNACKS – FORMA 2.....	122
FIGURA 28: EMPRESAS SELECCIONADAS PARA DELICIAS S.A.C.....	126
FIGURA 29: FOTO DE LA ÑUÑA.....	127

FIGURA 30: PROCESO PRODUCTIVO DE SNACKS DE ÑUÑA	128
FIGURA 31: FOB FREE ON BOARD/ LIBRE A BORDO	138
FIGURA 32: MODELO DE COTIZACIÓN DELICIAS S.A.C.....	146
FIGURA 33: FACTURA COMERCIAL DE EXPORTACIÓN.....	153
FIGURA 34: DIAGRAMA DE FLUJO DE INCOTERMS 2020	154
FIGURA 35: DINÁMICA DE LAS TRANSFERENCIAS INTERNACIONALES	157
FIGURA 36: FLUJOGRAMA DE EXPORTACIÓN DEFINITIVA.....	161
FIGURA 37: FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE NUMIX SNACKS ..	162

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 01: FORMATO DE SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE	196
ANEXO N° 02: SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO O SERVICIO .	197
ANEXO N° 03: COTIZACIÓN POR TRANSPORTE DE MERCANCIAS	199
ANEXO N° 04: BOOKING.....	200

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Plan de Negocio, tiene como finalidad determinar si es viable o no la exportación de Snacks naturales elaborados a base de ñuña dulce al mercado de Colombia. Es por ello que se va a crear y constituir la empresa Delicias S.A.C. con el nombre comercial de NUMIX SNACKS. La decisión de exportar este producto, es mayormente porque es una materia prima que muy pocas personas la conocen. La ñuña es muy consumida en la parte sierra de nuestro país, y es un producto que sustituye al frijol, un sustituto de las menestras. Cuenta con altos índices en fibra y vitaminas. Esta se puede consumir en cualquier momento del día, como un snack; muchos de nosotros consumimos al menos un snack, una vez a la semana.

En Perú, buscamos muchas oportunidades de comercialización con varios países de América Latina, es por ello que se eligió a Colombia. Siendo este, un país vecino, donde tenemos acuerdos y Perú en los últimos años ha aumentado sus exportaciones, ganando mercado en dicho país.

Para el presente plan de negocios se ha dividido en seis puntos característicos: Estructura general del plan, Organización y aspectos legales, plan de marketing internacional, plan de logística internacional, plan de comercio internacional y por último el plan económico financiero.

En el primer punto, que es la estructura general del plan, se mostrara un breve resumen de todo lo que se va a realizar en las siguientes partes en el presente proyecto.

En el segundo punto, Organización y aspectos legales, se detallara la constitución de la empresa, los recursos que se van a requerir, el personal que se involucrara en todo el proceso de comercialización. También se indican a que régimen se acogerá la empresa, donde se encontrara ubicada, su matriz FODA, los permisos y licencias con las que tiene que contar para dar marcha a la empresa.

En el tercer punto, plan de marketing internacional, se realizara el estudio de mercado del país donde se quiere ingresar para la comercialización del producto. En este caso se analizara todo lo referente a Colombia, sus consumidores, su población, entre otras. Se dará a conocer el logo del producto y como se comercializara, así como también las estrategias de promoción.

En el cuarto punto, en el plan de logística internacional, se realizara todo la cadena logística para poder determinar de qué manera se realizara el proceso de exportación. Así mismo, se determinar los proveedores con los que trabajara la empresa, la cantidad de unidades que se exportaran, así como también todo lo referente al envase, empaque y embalaje.

En el quinto punto, en el plan de comercio internacional, se realizara el análisis para el costo del producto a exportar, así como también el contrato de compra venta internacional. Se detallara el incoterm en el que se realizara la exportación, el medio de pago, y en qué régimen se exportara.

Por último, en el sexto punto, en el plan económico y financiero, se realizara a detalle los ingresos, egresos de la empresa, así como también se hallara el punto de equilibrio. Por otro lado también realizaremos el flujo de caja, el estado de ganancias y pérdidas, y el cálculo del VAN y TIR. Se detallara el capital de trabajo y toda la estructura de la inversión propia y parte del financiamiento.

Finalmente, este trabajo más que un plan de negocio contiene información real y de fuentes que se colocaran en las referencias bibliográficas.

1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

<p><u>SOCIOS CLAVES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Agricultores del Departamento de Ancash, provincias de Carhuaz y Bolognesi. • Inversionistas. • Entidades financieras, Bancos. • Empresas que tercerizan los servicios de etiquetado y embolsado. • Entidades del Estado como la SUNAT. 	<p><u>ACTIVIDADES CLAVES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Compra de la materia prima. • Publicidad y promoción de mi producto. • Proceso de exportación para su distribución en el mercado Colombiano. • Verificar la calidad en todo el proceso del producto, hasta el envase y embalaje. 	<p><u>PROPUESTA DE VALOR</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Mi Snack es un producto que ofrece productos de calidad, ya que contiene proteínas, vitamina C y fibras. • Es diferenciado al que ofrece el mercado, estará al alcance de todos y contiene muchos valores nutricionales. 	<p><u>RELACION CON CLIENTES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Buscar clientes a través de las Ruedas de Negocios, Ferias Internacionales. • Publicidad a través de las Redes Sociales para incrementar clientes. • Realizar promociones para que el cliente siga satisfecho con el servicio. 	<p><u>SEGMENTOS DE CLIENTES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Buscar clientes que cuiden su salud, y busquen productos con alto contenido en proteínas. • Distribuirlo en el mercado Colombiano en Minimarkets, Distribuidora, bodegas s a precios competitivos. • Mi público objetivo son los niños, adolescentes, y en una parte madres de familia.
<p><u>ESTRUCTURA DE COSTOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Alquiler del local. • Remuneración de todo el personal. • Pago a los agricultores por la materia prima. • Marketing y publicidad. • Costos de exportación. • Gastos de materiales indirectos. • Pago a empresas que tercerizan mis productos. 		<p><u>FLUJOS DE INGRESO</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingresos por las ventas del producto. • Préstamos Bancarios. • Aporte por parte de los accionistas. 		

2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. Nombre o razón social

El nombre de la empresa es: Delicias S.A.C. como una organización responsable, que considera a los clientes como razón de ser de la empresa y su nombre comercial será: “NUMIX SNACKS”, se eligió este nombre comercial porque NUMIX proviene del nombre de la materia prima: “NUMIA” o también conocida como “ÑUÑA”, y nos pareció interesante aumentarle el “X” al final de la palabra para que sea fácil y que quede en la mente de nuestro mercado objetivo. Se detallara en el Anexo N°1

- Razón Social: Delicias S.A.C.
- Nombre Comercial: Numix Snacks
- Tipo Empresa: Sociedad Anónima Cerrada

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

Respecto a lo dicho por SUNAT:

La CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) es una clasificación de actividades cuyo alcance abarca a todas las actividades económicas, las cuales se refieren tradicionalmente a las actividades productivas, es decir, aquellas que producen bienes y servicios.

En el país, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) ha establecido oficialmente la adopción de la nueva revisión de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU Revisión 4), lo cual permitirá establecer un esquema conceptual uniforme a fin de contar con información más real a nivel de empresas y establecimientos productivos de bienes y servicios.

Es por ello que la SUNAT ha implementado la incorporación de la nueva CIUU Revisión 4 dentro de sus registros del RUC (actualmente la actividad económica es un dato importante en el registro del RUC y constituye una información obligatoria a declarar en el referido padrón).

En la empresa DELICIAS S.A.C. su principal actividad económica es la exportación de snacks al mercado Colombiano, por lo tanto el código CIUU 4.0 que le corresponde es:

Tabla 1: Clasificación Industrial Internacional Uniforme

CÓDIGO CIUU 4.0	DESCRIPCION
4630	VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.

Tabla 2: Tipo De Contribuyente

CODIGO	TABLA DE TIPO DE CONTRIBUYENTE
39	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA

Tabla 3: Tipo De Zona

CODIGO	DENOMINACION
12	OTROS

Tabla 4: Tipo De Vía

CODIGO	DENOMINACION
02	Jirón

Tabla 5: Documento De Identidad

CODIGO	DENOMINACION
1	Documento Nacional de Identidad

Tabla 6: Sexo

CODIGO	DENOMINACION
1	Masculino

2	Femenino
---	----------

Tabla 7: Nacionalidad

CODIGO	DENOMINACION
1	Peruana

Tabla 8: Condición De Domiciliado

CODIGO	DENOMINACION
1	Domiciliario

Tabla 9: Origen De La Entidad

CODIGO	DENOMINACION
1	Nacional

Tabla 10: Codificación De Tributos

CODIGO	DENOMINACION ABREVIADA	DESCRIPCION COMPLETA
5210	SALUD	ESSALUD-LEY 26790-AFIL.REGULAR
5310	PENREG	ONP -LEY 19990
7021	PROMUN	IMPUESTO DE PROMOC. MUNICIPAL

Tabla 11: Códigos de Profesión u Oficio

CODIGO	DENOMINACION
3	ADMINISTRADOR DE EMPRESAS (PROFESIONAL)
99	PROFESION U OCUPACION NO ESPECIFICADA

Fuente: SUNAT

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

2.3.1. Ubicación

La empresa Delicias S.A.C. para iniciar sus actividades de negocio es muy importante establecer la zona donde se encontrara ubicada su local. Para

poder elegirlo se tienen que determinar las ventajas y desventajas donde se encontrara la sucursal. Por ejemplo, el precio del alquiler, el espacio, que sea un buen ambiente laboral, la seguridad, como se realizara el transporte, accesibilidad para la compra de los insumos secundarios, etc.

Para poder determinar el distrito se aplicara en función al método de evaluación cuantitativa de distritos en la provincia de Lima Metropolitana y Callao. Se determinaron 4 opciones que fueron evaluados:

Tabla 12: Distritos de ubicación del Negocio

OPCIÓN	DISTRITO
1	Callao
2	Los Olivos
3	La Victoria
4	Cercado de Lima

Fuente: Elaboración Propia

Se puede visualizar en la **Tabla N°12** que se han optado por 4 distritos. Cada distrito con una característica diferente al otro.

Para determinar estos 4 distritos se han identificado 5 factores claves, las cuales las vamos a detallar en la siguiente tabla. Cada opción detallada en la tabla se ha evaluado empleado una escala de: 1 muy malo y 5 muy bueno.

Tabla 13: Método de factores ponderados para la localización del proyecto

(Rango de: 1 Muy malo – 5 Muy bueno)

FACTORES	PESO RELATIVO	CALIFICACION			
		CALLAO	LOS OLIVOS	LA VICTORIA	CERCADO DE LIMA
ALQUILER DEL LOCAL	0.30	2	3	4	3
SEGURIDAD	0.25	2	3	3	3
ESPACIO DEL	0.15	3	3	5	4

LOCAL					
PROXIMIDAD A COMPRA DE INSUMOS	0.10	2	5	4	3
VIAS DE ACCESO	0.20	5	3	4	3
TOTAL	1	2.75	3.20	3.90	3.15

Fuente: Elaboración Propia

Se realizó el método de factores ponderados para determinar el distrito, como se puede observar en la **Tabla N°13** se colocó un peso relativo a cada factor que se determinó.

Para finalizar la ubicación donde se ubicara el local de Delicias S.A.C. para la producción y su vez la Oficina principal será en el distrito de La Victoria, la cual obtuvo el mayor puntaje.

La dirección exacta de nuestro local se detallara líneas abajo:

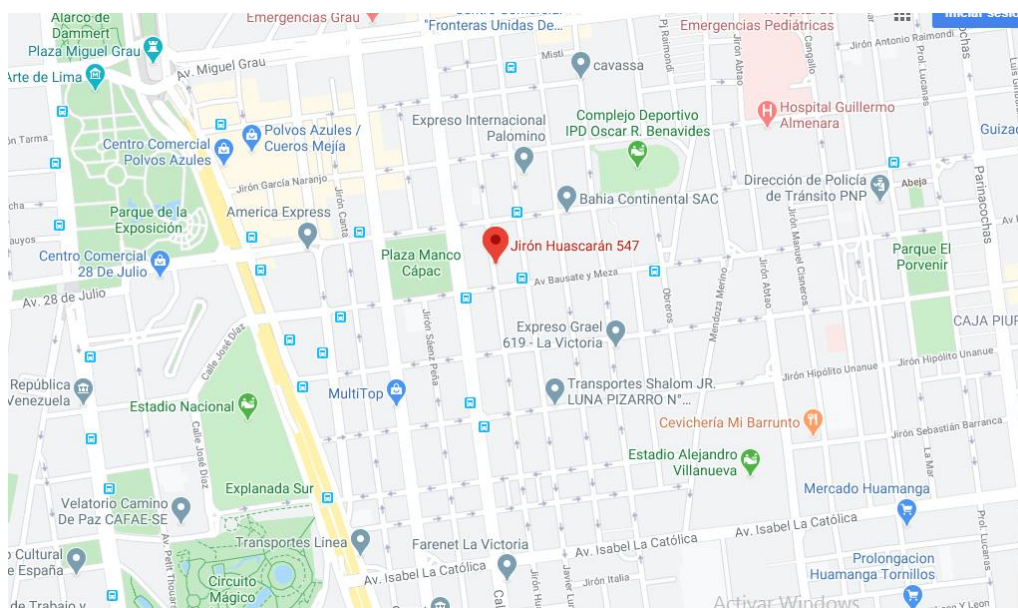


Figura 1: Ubicación de la empresa Delicias S.A.C.

Fuente: Google Maps

2.3.2. Factibilidad Municipal

De acuerdo a lo dicho por la página oficial de La Victoria (2020):

Requisitos para obtener la Licencia de Funcionamiento:

2. Licencia de Funcionamiento: establecimiento con un área de más de 100 m² hasta 500 m² con ITSE Básica Ex Ante.

2.1 Formato de solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de declaración jurada, que incluya:

a) Número de RUC y DNI o carné de extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda

b) Número de DNI o carné de extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación

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

2.3 Indicación de número de comprobante de pago por derecho de trámite.

2.3.3. Factibilidad Sectorial

De acuerdo a lo dicho por la Ley N° 28976, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento:

La presente Ley tiene como finalidad establecer el marco jurídico de las disposiciones aplicables al procedimiento para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento expedida por las municipalidades.

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

2.4.1. Foda

Tabla 14: Matriz EFI (Evaluación de Factores Internos)

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

FACTORES DETERMINANTE DE EXITO	PESO %	VALOR	RESULTADO PONDERADO
--------------------------------	--------	-------	---------------------

FORTALEZAS				
1	Producto con alto valor nutricional	8%	5	0.40
2	Información de precios de la competencia	15%	4	0.60
3	Producto sustituto a las menestras	10%	5	0.50
4	Innovación en logo del producto	5%	4	0.20
5	Personal profesional	8%	4	0.32
6	Aplicar estrategias de Publicidad	4%	4	0.16
7	Políticas para el control de calidad	4%	3	0.12
8	Producto con valor agregado	5%	4	0.20
9	Confianza con los proveedores	5%	2	0.10
10	Conocimiento en el proceso de exportación	3%	2	0.06
SUB- TOTAL		67%		2.66
DEBILIDADES				
1	Pocos ingresos iniciales	3%	2	0.06
2	Falta de información sobre los consumidores	4%	3	0.12
3	Exportación limitada en el primer año	2%	2	0.04
4	Poca experiencia en el mercado	2%	3	0.06
5	Falta de información de los canales de distribución de la competencia	3%	3	0.09
6	Falta de posicionamiento de marca	5%	2	0.1
7	No contamos con propia planta para elaborar el producto	2%	2	0.04
8	Empresa nueva en el mercado	4%	5	0.2
9	Falta de fuentes de financiamiento	3%	3	0.09
10	Falta de diversificación de diseños	5%	3	0.15
SUB- TOTAL		33%		0.95
TOTAL		100%		3.61

Fuente: Elaboración Propia

La ponderación hallada en la matriz EFI nos indica la capacidad que tiene la empresa para hacer frente a sus puntos débiles, fortaleciendo o aprovechando sus puntos fuertes.

Tabla 15: Matriz EFE (Evaluación de Factores Externos)

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

FACTORES DETERMINANTE DE EXITO		PESO %	VALOR	RESULTADO PONDERADO
OPORTUNIDADES				
1	Facilidad para adquirir los productos	11%	5	0.55
2	Tecnología	10%	5	0.50
3	Inexistencia de competencia directa	9%	4	0.36
4	Aumento de productos naturales	8%	4	0.32
5	Preferencias arancelarias por el acuerdo comercial	4%	4	0.16
6	Aumento de inversión en el país	6%	4	0.24
7	Beneficios tributarios por parte del estado	7%	4	0.28
8	PBI Per cápita	6%	3	0.18
9	Uso de ecommerce	9%	5	0.45
10	Capacidad de atraer nuevos clientes	8%	4	0.32
SUB- TOTAL		78%		3.36
AMENAZAS				
1	Pandemia mundial "Covid-19"	4%	1	0.04
2	Crisis económica	1%	2	0.02
3	Variedad de productos sustitutos en el mercado	2%	2	0.04
4	Aumento del costo en algunas materias primas	3%	3	0.09
5	Inflación	2%	2	0.04
6	Competidores con precios más bajos	2%	2	0.04
7	Alza en el coste del transporte internacional	3%	4	0.12
8	Cambios de gobierno	2%	4	0.08
9	Incremento del costo del insumo principal	1%	3	0.03
10	Incremento de barreras no arancelarias	2%	2	0.04
SUB- TOTAL		22%		0.54
TOTAL		100%		3.90

Fuente: Elaboración Propia

La ponderación hallada en la matriz EFE nos indica ciertos factores externos que no pueden ser controlados, puesto que la empresa debe aprovechar las oportunidades para disminuir el impacto que las amenazas pueden presentar.

Tabla 16: Matriz FODA

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p>	<p style="text-align: center;"><u>FORTALEZAS</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Producto sustituto a las menestras. 2. Información de precios de la competencia. 3. Producto con alto valor nutricional. 4. Personal profesional. 5. Producto con valor agregado. 	<p style="text-align: center;"><u>DEBILIDADES</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de posicionamiento de marca. 2. Falta de diversificación de diseños. 3. Empresa nueva en el mercado. 4. Falta de información sobre los consumidores. 5. Falta de fuentes de financiamiento.
<p style="text-align: center;"><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Facilidad para adquirir los productos. 2. Tecnología. 3. Inexistencia de competencia directa. 4. Uso de ecommerce. 5. Aumento de productos naturales. 	<p style="text-align: center;"><u>ESTRATEGIAS FO</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ofrecer este producto que sustituye a las menestras, con productos accesibles en el mercado. (F1, O1) 2. Brindar precios que compitan con la competencia y tenemos la facilidad de buscarlo con ayuda de la tecnología. (F2, O2). 3. Sacar provecho del valor agregado, ya que se ha incrementado el consumo de productos naturales. (F5, O5). 	<p style="text-align: center;"><u>ESTRATEGIAS DO</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ingresar al mercado con dos marcas por lo menos utilizando la tecnología. (D2, O2) 2. Buscar posicionarnos en el mercado a través del ecommerce. (D1, O4)
<p style="text-align: center;"><u>AMENAZAS</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pandemia mundial "Covid-19". 2. Aumento del costo en algunas materias primas. 3. Alza en el coste del transporte internacional. 4. Cambios de gobierno. 5. Variedad de productos sustitutos en el mercado. 	<p style="text-align: center;"><u>ESTRATEGIAS FA</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ofrecer al mercado productos con valor agregado y de calidad. (F5, A5) 2. Evaluar de manera constante los precios de la competencia en los productos sustitutos al nuestro. (F2, A5) 	<p style="text-align: center;"><u>ESTRATEGIAS DA</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ofrecer por ser nueva promociones diferentes a los productos sustitutos existentes. (D3, A5). 2. Buscar posicionamiento de marca para que cuando existan otra Pandemia nuestros clientes no se olviden de nosotros. (D1, A1)

Fuente: Elaboración propia

2.4.2. Objetivos

Los objetivos de la empresa Delicias S.A.C. son los siguientes:

Objetivo general:

Establecer cuál es la viabilidad de comercializar snacks a base de ñuña dulce al mercado Colombiano.

Objetivos específicos:

- Lograr que la ñuña sea reconocida como producto andino natural en un periodo de tres años.
- Introducir al mercado Colombiano, producto peruano con valor agregado de buen precio y con altos índices de proteínas.
- Evaluar la rentabilidad del negocio en un periodo de 4 años.
- Vender por lo menos 40 mil unidades de numix snacks en los dos años.
- Lograr utilidades mayores a S/. 30,000.00 en el primer año.

2.4.3. Misión

Elorduy (1993), citado por C. Soler, aporta su definición:

“la identificación con la razón de ser de la empresa y se corresponde con los resultados que persigue con carácter permanente. Se puede concretar en dos metas generales: obtener beneficio continuado y ofrecer un producto que cubra las necesidades de la sociedad”.

Por lo tanto, respecto a lo dicho sobre la misión; Delicias S.A.C. tiene como misión:

“Somos una empresa dedicada a la exportación de snacks naturales elaborados a base de ñuña dedicadas a brindar productos de calidad, y además ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes de manera eficiente”.

2.4.4. Visión

Quigley (1993), define la visión como:

“La Visión del liderazgo que implica comprender qué ha ocurrido en la historia y que está sucediendo en el presente, para poder planificar hacia dónde debe dirigirse la organización. La visión es una ruta para el futuro que se ha diseñado”.

Por lo tanto, respecto a lo dicho sobre la visión; Delicias S.A.C. tiene como visión:

Lograr, como empresa, posicionarnos en el mercado internacional para el año 2024 como una de las mejores empresas en ventas de snack y fomentar el consumo masivo del producto andino con alto valor nutricional como lo es la ñuña.

2.4.5. Valores

Para Simón Dolan, Salvador García y Bonny Richley (2006):

”Los valores son aprendizajes estratégicos relativamente estables en el tiempo, de que una forma de actuar es mejor que su opuesta, para conseguir que las cosas nos salgan bien”⁷⁵.

Los valores de la empresa Delicias S.A.C. serán:

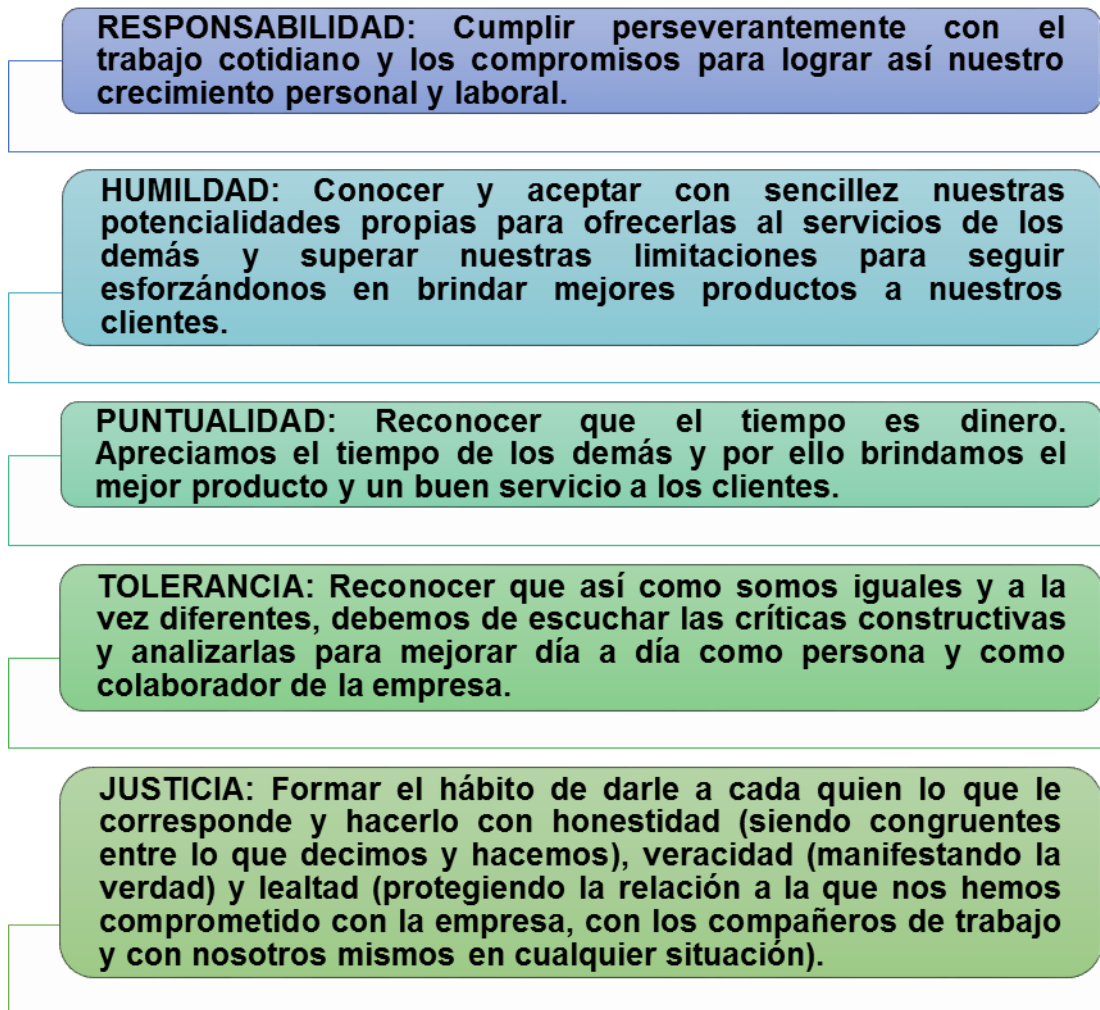


Figura 2: Valores de la empresa Delicias S.A.C

Fuente: Elaboración Propia

2.4.6. Principios

Para Definicion.De:

Un principio es el comienzo de algo. El concepto también se emplea para nombrar a un valor o a un postulado que se tiene en cuenta para el desarrollo de una acción. Un principio, de este modo, puede ser equivalente a una norma.

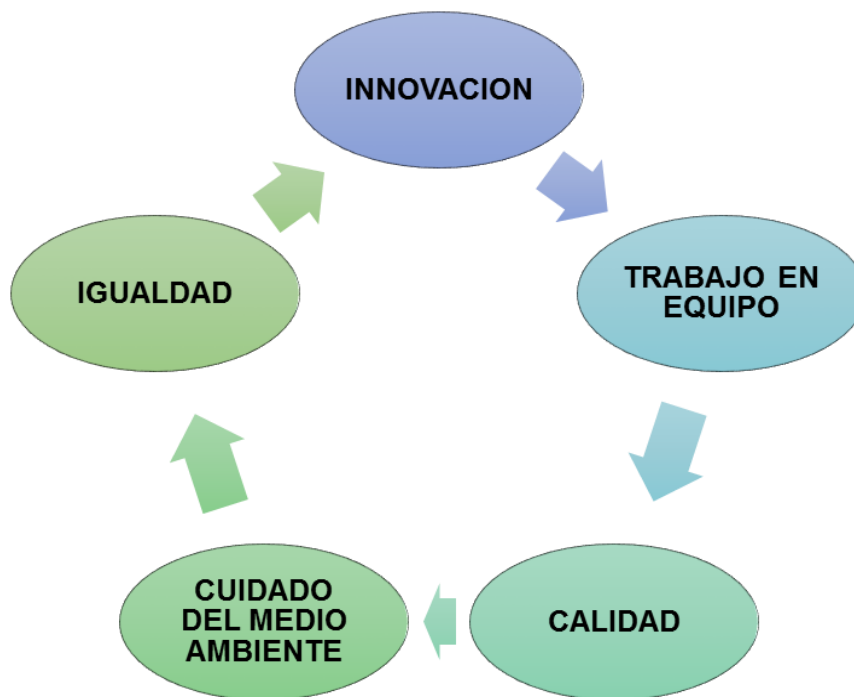


Figura 3: Principios de la empresa Delicias S.A.C

Fuente: Elaboración Propia

2.4.7. Cultura Organizacional y Política

Julia, Daniel y Raquel (Citado en Miron et al., 2004) Expresa que “La cultura organizacional se suele entender como los valores, creencias y principios fundamentales que comprenden los miembros de la organización”.

Por lo tanto, la cultura organizacional se trasmite a los miembros de la organización al pasar el tiempo y es a su vez creado por todas las personas que la componen.

En el caso de la empresa Delicias S.A.C. es necesario incluir políticas a todos los miembros, las cuales pasare a detallarlas líneas abajo:

- Los empleados no pueden ingresar a laborar alcoholizados.
- Reconocimiento de los empleados de la empresa por buen desempeño.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.

- Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes en sus llamadas, en sus solicitudes y reclamos.
- Nuestros productos cumplen con todos los estándares de calidad.
- El horario de labores serán 8 horas diarios, siendo el ingreso 8:30 am y su salida a las 6:30 pm, y los días sábados se trabajara de 09:00 a 1:00 pm.
- Los trabajadores deben vestir siempre presentables e higiénicos.
- El uso del carnet es obligatorio.
- Promociones de actividades deportivas, sociales y culturales.
- Pago a proveedores será de manera quincenal.
- Pago a colaboradores será fines de mes.
- Prohibido el uso de redes sociales en las computadoras de la empresa.

2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características.

El 02 de Julio del 2013, el Congreso de la República promulgó la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”. Este tiene entre sus objetivos establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME). Incluye modificaciones a varias leyes entre las que esta la actual “Ley MYPE” D.S. N° 007-2008-TR. “Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente” (Mi Empresa Propia, 2016).

Se cambiaron los criterios de clasificación para las Micro, Pequeñas y Medianas empresas de la siguiente manera:

Tabla 17: Características de las Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Categoría	Ventas anuales (UIT)	Ventas anuales (S/.)	Número de Trabajadores
Microempresa	Hasta 150 UIT	645,000	Sin limite
Pequeña empresa	Más de 150 y hasta 1,700 UIT	645,000 – 7,310,000	Sin limite
Mediana empresa	Más de 1,700 y hasta 2,300 UIT	7,310,000 – 9,890,000	Sin limite

*El monto de la UIT varía cada año. Para el año 2020 la UIT es de S/. 4,300

Fuente: Elaboración propia en base a Mi Empresa Propia (2016)

En Delicias S.A.C. nos acogeremos a la Ley Mype, Microempresa. Se espera obtener en el primer año de iniciada la empresa ventas hasta S/. 645,000.

2.6. Estructura Orgánica

Para Claudia Vásquez (2012):

La estructura organizacional es fundamental en todas las empresas, deben contar con una estructura organizacional de acuerdo a todas las actividades o tareas que pretenden realizar, mediante una correcta estructura que le permita establecer sus funciones, y departamentos con la finalidad de producir sus servicios o productos, mediante un orden y un adecuado control para alcanzar sus metas y objetivos.

La empresa Delicias S.A.C. contará con una estructura lineal – funcional. La estructura lineal es básicamente que la responsabilidad y autoridad se transmite a través de un solo jefe para cada función. Es la persona que realiza la toma de decisiones. En la estructura funcional cada área de acuerdo a sus funciones tendrá una persona que de autoridad. Cada hará tendrá su jefe quien esté a cargo de todo su equipo.

El Gerente General es el que será el representante legal, el velara y actualizara el organigrama que se presentara a continuación;

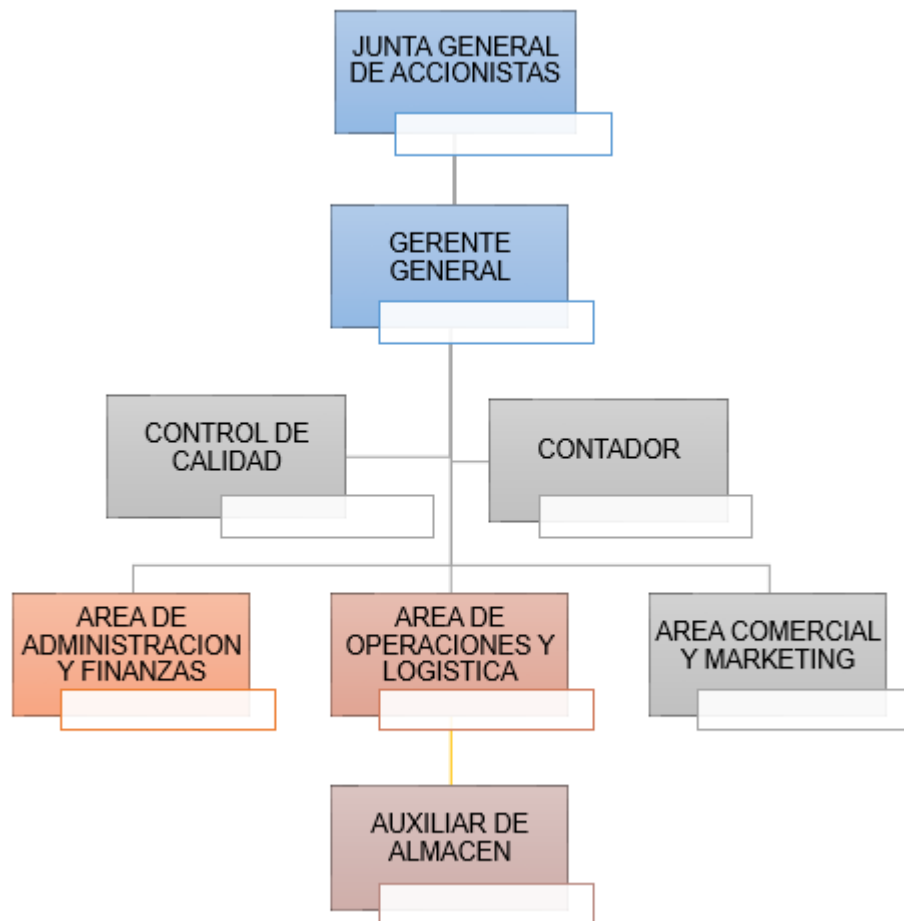


Figura 4: Organigrama de la Empresa Delicias S.A.C
Fuente: Elaboración Propia

A continuación se detallaran las funciones principales del personal de la empresa Delicias S.A.C.:

- **Junta General de Accionistas:**

Para IG.com:

En una junta general de accionistas, se analiza la actuación empresarial y se discute sobre su estrategia futura. Se trata de una oportunidad para los accionistas para realizar preguntas al consejo, obtener explicaciones si el rendimiento es insatisfactorio y cuestionar el rumbo de la empresa. Del mismo modo, es ocasión para elogiar los buenos rendimientos de la empresa

La empresa Delicias S.A.C. cuenta con cinco accionistas.

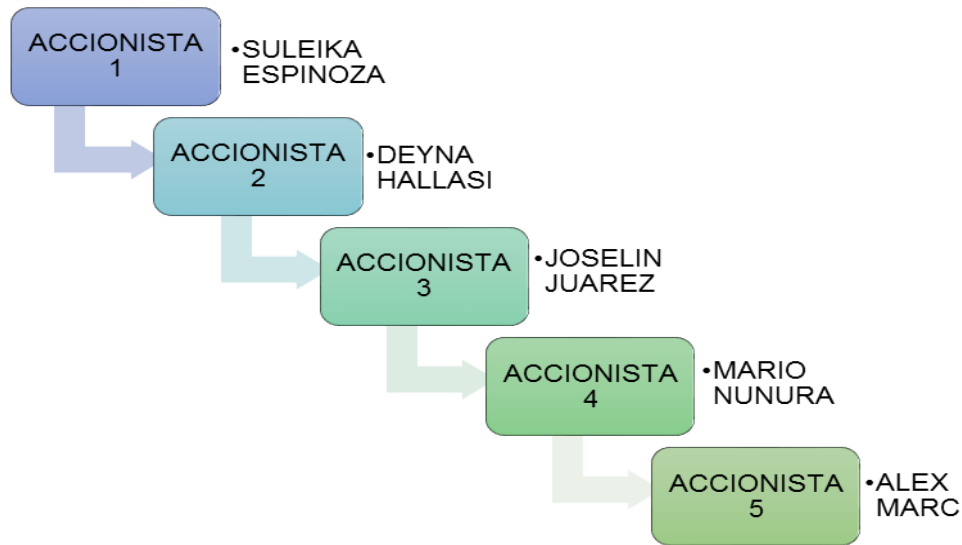


Figura 5: Junta general de accionistas Delicias S.A.C

Fuente: Elaboración Propia

- **Gerencia General**

Representante legal de la empresa, velara por adecuado cumplimiento de los objetivos, así como también brindara su apoyo a cada área cuando esta así lo requiera.

Principales funciones:

- ✓ Encargado de la toma de decisiones.
- ✓ Aprueba si se requiere más personal, participando en el proceso de selección y capacitación.
- ✓ Supervisa todas las áreas de la empresa, verificando si estas están logrando la efectividad requerida.
- ✓ Realiza las negociaciones con los proveedores, es la persona idónea para captar más clientes.
- ✓ Supervisa el ingreso y salida del dinero de la empresa.

- **Control de Calidad:**

Principales funciones:

- ✓ Detectar si existen problemas en el proceso de producción.
- ✓ Supervisar la elaboración del producto durante el proceso de producción en la empresa que nos realizara el servicio de maquila en cada exportación que realizaremos.
- ✓ Supervisar que el producto cumpla con todos los requisitos solicitados por el país.
- ✓ Elaborar reportes sobre el proceso de producción en la empresa que nos realizara el servicio.
- ✓ Atender las autoridades.
- ✓ Llevar el control de las mermas que son devuelta por la empresa que nos brindara el servicio de maquila.

- **Contador:**

Profesional encargado de llevar la contabilidad de la empresa Delicias S.A.C.

Principales funciones:

- ✓ Elaborar los estados financieros.
- ✓ Realizar pago de impuestos en base a cronograma de SUNAT.
- ✓ Revisar los libros contables.
- ✓ Garantizar que los ingresos y egresos de la empresa hayan sido correctamente registrados.
- ✓ Verificar que todos los pagos realizados cuenten con su respectivo sustento.

- **Área de Administración y Finanzas:**

Principales funciones:

- ✓ Elaborar presupuestos de pagos mensuales.
- ✓ Elaborar proyección de pagos para que la empresa pueda planificarlos.
- ✓ Revisar la planilla para el pago de haberes, así como también el pago a proveedores.
- ✓ Aprobar la contratación de los bienes que la empresa necesita adquirir.

- ✓ Llevar el manejo y control de la caja chica.
- ✓ Entregar reportes directamente a la Gerencia todos los meses o cuando él así lo determine.
- ✓ Encargada de la gestión legal de la empresa.

- **Área de Operaciones y Logística:**

Principales funciones:

- ✓ Cotizar y realizar la compra de los insumos, materia prima, útiles de limpieza y aseo, entre otros.
- ✓ Realizar todo el proceso logístico para la exportación.
- ✓ Supervisar la maquila en la empresa que brindara el servicio.
- ✓ Cumplir con el presupuesto que nos autorizan para realizar las compras y toda la distribución.
- ✓ Negociación con proveedores.
- ✓ Negociación con los agentes de aduanas.
- ✓ Coordinar los despachos con los transportistas.
- ✓ Emisión y control de todos los documentos para poder exportar el producto al país destino.

- **Auxiliar de Almacén:**

Para este puesto se requiere mayormente una persona que conozca los diferentes programas de Office a nivel básico, que sea sumamente cuidadoso y ordenado para mantener el almacén limpio.

Principales funciones:

- ✓ Encargado de la recepción de la mercadería.
- ✓ Colocación de códigos a cada mercadería ingresada para facilitar la ubicación de este cuando se requiera.
- ✓ Ubicar la mercadería solicitada.
- ✓ Realizar inventario diario.

- **Área Comercial y Marketing:**

Principales funciones:

- ✓ Encargada de captar clientes.

- ✓ Impulsar la venta de los productos.
- ✓ Realizar los estudios de mercados.
- ✓ Realizar las promociones que brindamos en la empresa.
- ✓ Vender y promocionar el producto a través redes sociales, tales como: Facebook, Instagram, Tik Tok, etc.
- ✓ Atención directa con los clientes, captar su atención, y darles a conocer porque deberían adquirir nuestro producto.
- ✓ Asistir a ferias internacionales, ruedas de negocios.
- ✓ Coordinar la promoción en el país destino, asistir a ferias en Colombia.
- ✓ Diseñar estrategias de publicidad.
- ✓ Realizar reportes para dar a conocer como van las ventas del producto y se estamos logrando los objetivos.

2.7. Cuadro de asignación de personal.

Delicias S.A.C. como se ha mencionado es una microempresa, líneas abajo se detallaran la cantidad de personas en cada puesto de trabajo.

Tabla 18: Asignación de personal de la empresa Delicias S.A.C.

CARGO	N° DE EMPLEADOS	REGIMEN PENS.	REMUNERACION BRUTA MENSUAL	APORTE DEL TRABAJADOR		SUeldo NETO MENSUAL	SUeldo BRUTO ANUAL	VACACIONES 15 DIAS	SUB TOTAL	APORTE DEL EMPLEADOR	
				DESCUENTO REGIMEN PENSIONARIO ONP 13%						ESSALUD 9%	TOTAL ANUAL
Gerente General	1	ONP	3,200.00	416		2,784.00	38,400.00	1,600.00	33,408.00	288.00	33,696.00
Asistente de Operaciones y logisitica	1	ONP	1,500.00	195		1,305.00	18,000.00	750.00	15,660.00	135.00	15,795.00
Asistente Comercial y Marketing	1	ONP	1,500.00	195		1,305.00	18,000.00	750.00	15,660.00	135.00	15,795.00
Asistente de Administración y Finanzas	1	ONP	1,500.00	195		1,305.00	18,000.00	750.00	15,660.00	135.00	15,795.00
Auxiliar de almacen	1	ONP	930.00	121		809.10	11,160.00	465.00	9,709.20	83.70	9,792.90
TOTAL	5		8,630.00	1,121.90		7,508.10	103,560.00	4,315.00	90,097.20	776.70	90,873.90

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 19: Servicio de terceros de la empresa Delicias S.A.C.
(Expresado en soles- Recibo por Honorarios)**

RECIBO POR HONORARIOS				
CARGO	N° DE EMPLEADOS	SUELDO	PAGO ANUAL	TOTAL ANUAL
Contador	1	600.00	7,200.00	7,200.00

Especialista de control de calidad	1	900.00	10,800.00	10,800.00
TOTAL	2	1,500.00	18,000.00	18,000.00

Fuente: Elaboración Propia

2.8. Forma Jurídica Empresarial

Para poder definir el tipo de sociedad primero debemos conocer su significado.

Para Emprendepyme:

La definición de forma jurídica de una empresa podría darse afirmando que es la identidad que asume legalmente una empresa teniendo en cuenta su titularidad y a la responsabilidad que sus propietarios tienen en términos legales. Así pues, una empresa puede tener carácter individual, societario o cooperativo. Dependiente del tipo de forma escogida el proceso de creación será más o menos farragoso.

Cada una tiene características distintas, por lo tanto para Delicias S.A.C. hemos optado por elegir: Sociedad Anónima Cerrada, que a continuación detallamos porque la elección.

Para Emprendedor (2013):

Las principales características son:

- Se debe tener como mínimo 2 socios y no más de 20. Esta se podría nombrar como una ventaja de esta sociedad.
- Es una figura muy recomendable para una empresa familiar, pequeña o mediana.
- Puede funcionar sin directorio.
- A pesar de que cuenta con un número reducido de accionistas, no es limitada la posibilidad de manejar grandes capitales.

- Se constituye por los fundadores al momento de concederse la escritura pública que contiene el pacto social y el estatuto, en cuyo caso suscriben íntegramente las acciones.
- No tiene acciones inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores.
- Se impone el derecho de adquisición preferente por los socios, a menos que el estatuto disponga lo contrario.
- No es relevante el volumen económico de la empresa, puede ser grande o pequeño, pero sí es importante el número reducido de accionistas que la conforma.
- Predomina el elemento personal, dentro de un esquema de sociedad de capitales.

Las razones porque la que en Delicias S.A.C hemos elegido la Sociedad Anónima Cerrada son:

- Como lo dice en las características esta funcionara sin directorio.
- Es recomendable para una microempresa.
- También porque las acciones como lo indican líneas arriba no tienen que ser inscritas en el Registro Público.

La razón más importantes es porque es una empresa constituida por socios conocidos, personas con las que hemos estado años estudiando en que podemos invertir, profesionales destacados, que implica este gran plan de negocio.

**Tabla 20: Aporte de capital de los socios de la empresa Delicias S.A.C.
(Expresado en soles)**

NOMBRE DEL ACCIONISTA	CAPITAL	VALOR	ACCIONES	%
Primer accionista	20,000.00	10	2000	20%
Segundo accionista	20,000.00	10	2000	20%
Tercer accionista	20,000.00	10	2000	20%
Cuarto accionista	20,000.00	10	2000	20%
Quinto accionista	20,000.00	10	2000	20%
TOTAL APORTE PROPIO	100,000.00	10.00	10,000.00	100%

Fuente: Elaboración Propia

Delicias S.A.C. contará con cinco accionistas quienes poseerán acciones divididas en partes iguales. El capital social de la empresa es de S/. 100,000.00 la cual representa más del 60% de la inversión inicial, esto será al contado, mientras que la diferencia será financiada por el Banco.

2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

Para el registro de la marca y los procedimientos en INDECOPI primero tenemos que saber porque es de suma importancia una marca, a continuación un breve significado.

Para INDECOPI:

La marca es el reflejo de tu negocio. Permite distinguir tus productos y servicios de los de la competencia, ofreciéndote la posibilidad de comercializarlos de la manera más adecuada. Así también la marca garantiza una calidad constante. Un cliente satisfecho de la calidad de un producto o servicio seguirá adquiriéndolo basándose en las expectativas de calidad que reposan en la marca conocida.

Para poder iniciar operaciones en el mercado Colombiano, nosotros iniciaremos con una marca blanca o marca del distribuidor, cuyo único fin será la de aumentar la demanda y reducir los costos. Una vez captado una gran cantidad de clientes la empresa procederá a registrar su marca, tenemos como meta que solo debemos contar con la marca blanca 2 años.

Requisitos para el registro de marcas

Este trámite se realiza en INDECOPI. Antes se debe realizar lo siguiente:

Búsqueda de antecedentes fonéticos o figurativos, estos no son definitivos para el registro de un signo sino meramente referenciales. La solicitud de registro de un signo distintivo está sujeta al examen de registrabilidad que realice la Dirección de Signos Distintivos, en concordancia con la legislación vigente. Para realizar una búsqueda de antecedentes debe presentarse una solicitud en Mesa de Partes indicando:

El nombre o razón social del solicitante y su número de DNI o RUC, según corresponda.

Los datos del titular, del reclamante, del reclamado, del signo distintivo materia de la búsqueda y la clase o clases de la Clasificación Internacional en los que se desea se realice la indagación.

Para INDECOPI (2016) los requisitos son:

- Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrado).
- Indicar los datos de identificación del(s) solicitante(s):
 - Para el caso de personas naturales: consignar el número del Documento Nacional de Identidad (DNI), Carné de Extranjería (CE) o Pasaporte e indicar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
 - Para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
 - 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 (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).
- De ser posible, se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: logos-dsd@indecopi.gob.pe (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles).
- Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que

pertenece. Para saber las clases a las cuáles pertenecen los productos o servicios a distinguir, se sugiere entrar al buscador PERUANIZADO.

- 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 cuya prioridad se reivindica, así como el país de presentación de la misma. En esta situación particular, se deberá adjuntar copia certificada emitida por la autoridad competente de la primera solicitud de registro, o bien certificado de la fecha de presentación de esa solicitud, y traducción al español, de ser el caso.
- Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 534.99 Nuevos Soles. Este importe deberá pagarse en la sucursal del Banco de la Nación ubicado en el Indecopi-Sede Sur, Calle De La Prosa N° 104-San Borja, o bien realizar el pago a través de una de las modalidades que se ofrecen. Se detallara en el Anexo N°2.

2.10. Requisitos y Trámites Municipales

Para que Delicias S.A.C. pueda contar con la autorización de licencia de funcionamiento por parte de la Municipalidad, en este caso “La Victoria”, se necesitaran los siguientes requisitos y trámites.

Para La Municipalidad de la Victoria:

Licencia de Funcionamiento: establecimiento con un área de más de 100 m² hasta 500 m² con ITSE Básica Ex Ante.

1 Formato de solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de declaración jurada, que incluya:

a) Número de RUC y DNI o carné de extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda

b) Número de DNI o carné de extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación

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

3 Indicación de número de comprobante de pago por derecho de trámite.

2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades

2.11.1. Régimen Tributario

Para Diario Gestión (2018):

El régimen tributario es el conjunto de categorías bajo las cuales una persona natural o jurídica que tiene un negocio, o va a iniciar uno, se registra de manera obligatoria en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat). Estos regímenes establecen la manera en la que se pagan los impuestos y los niveles de pagos de los mismos. La persona puede optar por uno u otro régimen dependiendo del tipo y el tamaño de su negocio.

Para SUNAT (2020):

A partir del ejercicio 2017, los regímenes tributarios han sufrido modificaciones. Antes contábamos con sólo tres regímenes: NRUS, Régimen Especial y Régimen General, desde enero de este año, los contribuyentes pueden acogerse además al Régimen MYPE Tributario.

A continuación presentamos un cuadro comparativo de los cuatro regímenes:

Tabla 21: Cuadro Comparativo de los Regímenes Tributarios

Conceptos	NRUS	RER	RMT	RG
Persona Natural	Sí	Sí	Sí	Sí
Persona Jurídica	No	Sí	Sí	Sí
Límite de ingresos	Hasta S/. 96,000 anuales u S/ 8,000 mensuales.	Hasta S/.525,000 anuales.	Ingresos netos que no superen 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior).	Sin límite
Límite de compras	Hasta S/. 96,000 anuales u S/. 8,000 mensuales.	Hasta S/.525,000 anuales.	Sin límite	Sin límite
Comprobantes que pueden emitir	Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.
DJ anual - Renta	No	No	Sí	Sí
Pago de tributos mensuales	Pago mínimo S/ 20 y máximo S/50, de acuerdo a una tabla de ingresos y/o compras por categoría.	Renta: Cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales (Cancelatorio).	Renta: Si no superan las 300 UIT de ingresos netos anuales: pagarán el 1% de los ingresos netos obtenidos en el mes. Si en cualquier mes superan las 300 UIT de ingresos netos anuales pagarán 1.5% o coeficiente.	Renta: Pago a cuenta mensual. El que resulte como coeficiente o el 1.5% según la Ley del Impuesto a la Renta.
	El IGV está incluido en la única cuota que se paga en éste régimen.	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).
Restricción por tipo de actividad	Si tiene	Si tiene	No tiene	No tiene
Trabajadores	Sin límite	10 por turno	Sin límite	Sin límite
Valor de activos fijos	S/ 70,000	S/ 126,000	Sin límite	Sin límite
Posibilidad de deducir gastos	No tiene	No tiene	Si tiene	Si tiene
Pago del Impuesto Anual en función a la utilidad	No tiene	No tiene	Si tiene	Si tiene

Fuente: SUNAT

Una vez decidido el régimen, si eres un contribuyente que recién vas a iniciar tu negocio las reglas de acogimiento para cada uno de los regímenes son las siguientes:

Acogimiento	NRUS	RER	RMT	RG
Requisitos	Sólo con la afectación al momento de la inscripción.*	Con la declaración y pago mensual.	Con la declaración mensual que corresponde al mes de inicio de actividades.*	Sólo con la declaración mensual.

- Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER)
- Régimen MYPE Tributario (RMT)
- Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)
- Régimen General (RG)

Fuente: SUNAT 2020

El régimen tributario depende del tipo y tamaño de la empresa, nosotros hemos elegido para la empresa Delicias S.A.C. el Régimen Especial a la Renta.

2.11.2. Procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades

Para SUNAT (2019):

El Registro Único de Contribuyentes (RUC), es el registro que lleva la SUNAT y que contiene tu información como contribuyente: tu nombre o el nombre de tu empresa, domicilio fiscal, la actividad a la que te dedicas, números telefónicos, y otros datos. Tu número de RUC es único, consta de 11 dígitos, es tu forma de identificación como contribuyente y debes utilizarlo en todo trámite que realices ante la SUNAT

Para el desarrollo de tus actividades comerciales debes inscribirte al RUC como Persona individual con Negocio o como una Persona Jurídica (empresa), de ser este último el caso, puedes adoptar diferentes formas empresariales.

[Pre inscripción a través de página web de la SUNAT](#)

El pre inscripción la puedes realizar si vas a desarrollar tus actividades como persona individual con negocio. No la pueden usar las personas jurídicas (empresas). Sólo es necesario que tengas tu DNI. Se llama pre-inscripción, porque luego debes acercarte a un Centro de Servicios de la SUNAT a completar el trámite, con la ventaja que la atención será rápida porque tus datos ya estarán registrados en nuestros sistemas.

Los requisitos son:

Tabla 22: Requisitos necesarios para la Inscripción al RUC

REQUISITOS NECESARIOS PARA LA INSCRIPCIÓN AL RUC	
PERSONA CON NEGOCIO	PERSONA JURÍDICA
DNI original.	DNI original del representante legal de la Persona Jurídica.
Si tu documento de identidad es distinto al DNI, presenta el original y copia de tu documento de identidad.	
	Original y copia de la Ficha o partida electrónica certificada emitida por los Registros Públicos (SUNARP), con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario.
Para acreditar tu domicilio fiscal puedes utilizar la dirección declarada en tu DNI o cualquier documento privado o público en el que conste la dirección que necesites declarar como tu domicilio fiscal	Puedes utilizar cualquier documento privado o público en el que conste la dirección que necesites declarar como tu domicilio fiscal

Fuente: SUNAT 2020

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).

Para SUNAT (2020):

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

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

Tabla 23: Registro de Planillas Electrónicas

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

Fuente: SUNAT, (2018)

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

En la empresa Delicias S.A.C. es necesario contar con toda la información necesaria para realizar los contratos adecuados en beneficio del colaborador y el contratante. Nosotros nos acogeremos al régimen laboral especial de la micro empresa ya que, no se superará las 150 UIT de forma anual (en ventas) y se van a reducir todos los costos por apertura de las operaciones en la empresa.

Figura 6: Derechos Laborales Comunes Al Régimen Laboral General Y Régimen Laboral Especial De La Micro Y Pequeña Empresa

BENEFICIOS DE LOS TRABAJADORES	RÉGIMEN LABORAL GENERAL O COMÚN	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
REMUNERACIÓN MÍNIMA VITAL	Todos los trabajadores del régimen laboral de la actividad privada tienen derecho a percibir una remuneración mínima vital.		
JORNADA MÁXIMA DE TRABAJO	La jornada máxima de trabajo es de 8 horas diarias o de 48 horas a la semana como máximo. Si eres menor de edad, podrás trabajar siempre y cuando cuentes con la autorización del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y las labores no afecten tu integridad física, ni psicológica y permitan continuar con tus estudios escolares.		
DERECHO AL REFRIGERIO	Todo trabajador tiene derecho a 45 minutos de refrigerio como mínimo.		
DESCANSO SEMANAL OBLIGATORIO	Los trabajadores tienen derecho como mínimo a 24 horas consecutivas de descanso cada semana, otorgado preferentemente en día domingo. También tienen derecho a descanso remunerado en los días feriados.		
LICENCIA PRE-NATAL Y POST NATAL	Toda trabajadora gestante tiene derecho a gozar de 45 días de descanso pre-natal y 45 días de descanso post-natal. Asimismo, después tienen derecho a una hora diaria de permiso para darle de lactar a su hijo, la cual se extiende hasta cuando el menor tenga un año.		
LICENCIA POR PATERNIDAD	El trabajador tiene derecho a ausentarse del trabajo durante 4 días con ocasión del nacimiento de su hijo.		
VACACIONES TRUNCAS	Son vacaciones trucas aquellas que se dan cuando el trabajador ha cesado sin haber cumplido con el requisito de un año de servicios y el respectivo récord vacacional para generar derecho a vacaciones. En ese caso se le remunerará como vacaciones trucas tanto dozavo de la remuneración vacacional como meses efectivos haya laborado. Es preciso mencionar que para que se perciba este beneficio el trabajador debe acreditar por lo menos un mes de servicios a su empleador.		

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

Figura 7: Diferencias Entre El Régimen Laboral General y El Régimen Laboral Especial De La Micro Y Pequeña Empresa

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

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

2.14. Modalidades de Contratos Laborales.

Para iniciar las operaciones la empresa Delicias S.A.C. deberá contar con personal profesional y calificado con quienes se celebraran contratos de trabajo voluntario entre el empleador y el trabajador. Con este contrato se inicia la relación laboral, y solo podrá existir si ambas partes están de acuerdo con las obligaciones y los derechos establecidos.

Para PQS los tipos de contratos son:

- Contrato indefinido: No tiene fecha de término, siendo la única causal de despido una falta grave. El empleado goza de todos los beneficios laborales: CTS, asignación familiar, gratificaciones, vacaciones, seguro social, entre otros.
- Contrato a plazo fijo o determinado: El trabajador y su empleador acordaron que el vínculo laboral sea por un periodo determinado. El plazo para este tipo de contrato no puede superar los cinco años; si pasa esto, su contrato se convierte en indefinido. Se subdivide en:
 - Temporal. Cuando se inicia una actividad o por la necesidad de mercado se recurre a éste. Durante la campaña navideña se requiere mayor personal para cumplir con las metas.
 - Ocasional. Surgen para cubrir necesidades imprevistas: suplencia, reemplazo por vacaciones, descanso pre o post natal, o alguna emergencia.
 - Accidental: Son para actividades permanentes pero discontinuas que se dan en determinado tiempo.
- Contrato a tiempo parcial: También conocido como part-time. La jornada laboral no supera las 4 horas diarias. A diferencia de los dos anteriores, los trabajadores no gozan de beneficios laborales como CTS, vacaciones, indemnización por falta del descanso vacacional ni la indemnización por despido arbitrario; pero sí de gratificaciones legales y derecho al descanso semanal obligatorio y feriados, horas extras, seguro social, seguro de vida, pensiones, asignación familiar, utilidades y sindicalización.
- Otro tipo de contrato

Con respecto a nuestra empresa Delicias S.A.C. celebraremos los siguientes contratos:

- Contrato por tiempo determinado: De acuerdo a las necesidades que requiere el mercado, y si aumentan las ventas.
- El contrato se realizara por escrito, con copia tanto para el empleador como para el trabajador.
- Serán registrados en el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

Los contratos se adoptarían a la modalidad por inicio de lanzamiento, la cual tendrán vigencia tres meses, como periodo de prueba, dependiendo el desempeño del personal este serán renovados.

Finalmente Delicias S.A.C. también contara con un contrato de prestación de servicios: “Contrato Intermitente”, para el contador y el personal de control de calidad.

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

La empresa Delicias S.A.C. celebrará los siguientes contratos:

Tabla 24: Contratos de la empresa Delicias S.A.C.

Contrato de sociedad o acta constitutiva: Contrato donde se registra la constitución de la empresa, integrantes, firmas y otra información importante.

Contrato de prestación de servicios: Como el caso del contador y el de calidad.

Contrato de trabajo: Con los trabajadores, dejando claro las obligaciones y derechos.

Contrato con proveedores: Para precisar el servicio que nos brindan.

Contrato de confidencialidad: Para que los temas relaciones a la organización no se comenten con personas ajenas.

Contrato de comisión: Se realizara cuando se capte nuevos clientes.

Contrato de alquiler de local: Se realiza para el local de Delicias S.A.C.

Contrato de compra – venta: Delicias S.A.C. y sus clientes.

Fuente: Elaboración Propia

3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1. Descripción del producto

El presente plan de negocios tiene como finalidad realizar la exportación de snacks naturales elaborado a base de ñuña dulce al mercado Colombiano. El insumo principal de este producto es la “Ñuña” y para este plan de negocios se utilizara la variedad de ñuña existente en el mercado. La ñuña es conocida también como numia, poroto, pushpu o frijol reventón (Phaseolus vulgaris L.). La ñuña es muy parecida al frijol común. Tiene gran importancia en la dieta nutricional dado a su alto contenido de proteínas (alrededor de 20%) y el contenido de sus nutrientes que son similares al del frijol.

MARCA	LOGO
	

ENVOLTURA



Figura 8: Presentación del Producto

Fuente: Elaboración Propia

Para Agronoticias (2019):

Tiene actualmente gran importancia en la dieta nutricional del poblador rural andino, dado a su alto contenido de proteínas (alrededor de 20%) y el contenido de sus nutrientes que son similares al del frijol, sólo que la ñuña tiene la capacidad de expandirse y reventar cuando se les tuesta sola o en aceite, algo similar a la cancha (de suave textura y agradable al paladar), que se puede ofrecer como bocadito.

Los colores más comunes son: gris y blanco jaspeado, rojo claro, azul oscuro y plomo. No existen diferencias en el sabor entre uno y otro ecotipo.

Es un alimento altamente energético rico en carbohidratos; tiene abundante proteína, cuyo consumo puede cubrir fácilmente gran parte de las

necesidades que requiera la dieta diaria. Además, contiene vitamina B. Por todas esas consideraciones, resulta un alimento ideal para niños en la edad preescolar, madres lactantes y/o gestantes.

La versatilidad de la ñuña se presta para la elaboración de snacks o bocaditos, pero también se puede elaborar harina para la industria de la panificación y confitería.

Para Marmolejo, K. (2018):

Utilización de Frijol Ñuña:

La ñuña es una gran fuente alimenticia, ya que, fue utilizada desde el tiempo de los incas, habiéndose encontrado granos en tumbas de Incas y jefes del Gran Imperio de los Incas. En el antiguo Perú, se producía la “lagua de ñuña,” una leche muy nutritiva y que sustituía a la leche materna (Chuquillanqui, 1995).

Los granos de la ñuña tienen la característica de reventar y expandirse cuando son sometidas al calor resultando un producto con una textura arenosa y un sabor entre la cancha de maíz y el maní tostado, siendo consumidas directamente en forma de bocadillo.

Su preparación tostada ofrece una diversidad nutricional en la dieta de los habitantes de las zonas alto andinas. En los países industrializados el frijol ñuña puede llegar a ser un snack muy nutritivo y para los países en desarrollo puede significar una fuente de proteínas (Chuquillanqui, 1995).

Por último, mi producto es un frijol que muy pocas personas lo conocen y consumen, este producto mayormente lo conocen las madres de familias que conocen sobre menestras. Es cosechado en nuestro País y no lo explotamos, es por ello que quiero aprovechar que es un producto Peruano y posicionarlo en el mercado.

Características del producto:

Las características del envase:

- La bolsa es de forma rectangular.
- Es de color amarillo.
- Se puede observar una figura (chuwi) usando un chullo.

i. Clasificación arancelaria

La clasificación arancelaria correspondiente al producto de Snacks de Ñuña dulce, es la siguiente:

Tabla 25: Clasificación arancelaria del producto de snacks de ñuña dulce en Perú y Colombia

En Perú (País de Origen)	
SECCIÓN:II	PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
CAPITULO:7	Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios
07.13	Hortalizas (incluso silvestres) de vaina secas desvainadas, aunque estén mondadas o partidas.
0713.33	Frijol (fréjol, poroto, alubia, judía) común (Phaseolus vulgaris):
0713.33.19.00	Los demás
En Colombia (País de destino)	
0713.33.19.00	Frijol (fréjol, poroto, alubia, judía) común (Phaseolus vulgaris): Los demás
PECO	CONVENIO DE COOPERACION ADUANERA PERUANO - COLOMBIANO (PECO)
07.05.01.00	LEGUMBRES DE VAINA SECAS PARA LA SIEMBRA

Fuente: Elaboración propia en base a SUNAT, (2020)

En la tabla observamos la selección, el capítulo y código de la partida arancelaria a exportar.

ii. Propuesta de valor

El producto que se comercializara en el mercado Colombiano son snacks naturales a base de ñuña dulce, su elaboración será con insumos peruanos y de calidad.

En este plan de negocios para detallar la propuesta, se realizara un estudio de cada una de las actividades con las que contara Delicias S.A.C., para que se tomara en cuenta a Michael Porter y su "Cadena de Valor". En ella explicaremos las actividades que se realizaran en cada parte de la propuesta de valor.

Para Web Empresas (2019):

Cada empresa es un conjunto de actividades que se desempeñan para diseñar, producir, llevar al mercado, entregar y apoyar sus productos. Todas esas actividades pueden ser representadas usando la cadena de valor.

Figura 9: Cadena de Valor de Michael Porter



Fuente: Web Empresas

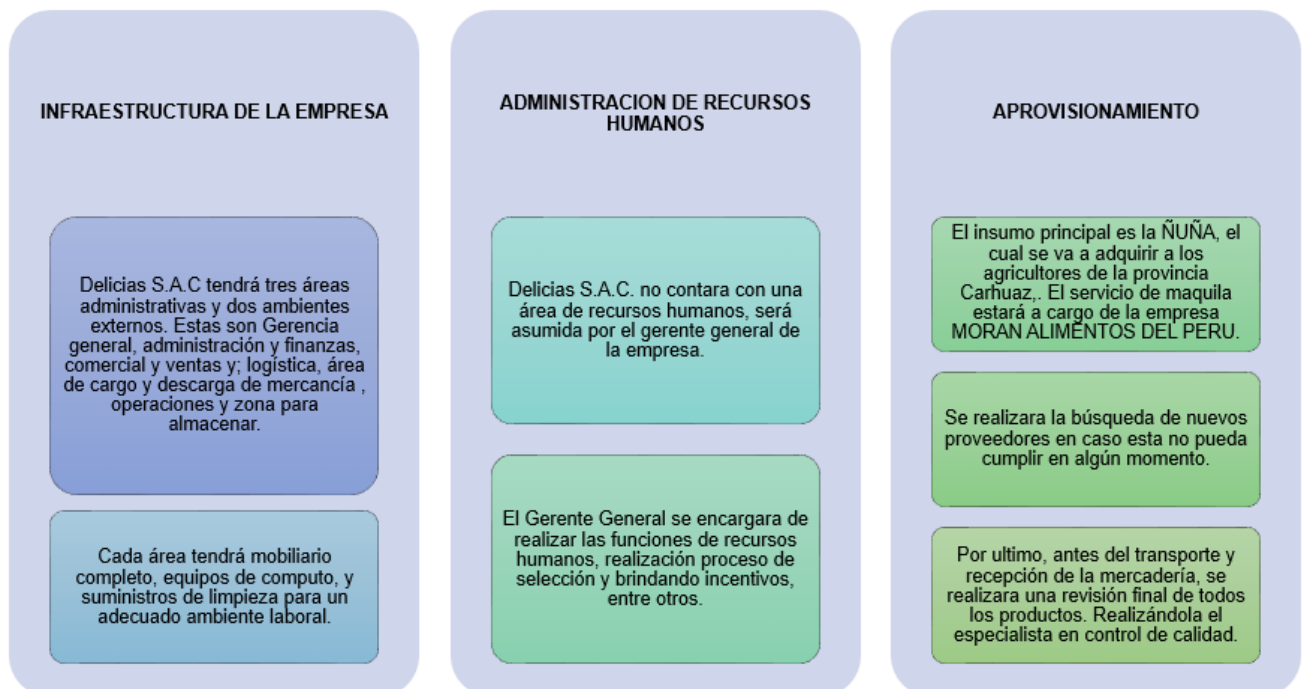
- **Actividades primarias:**

Figura 10: Actividades primarias



Fuente: Elaboración Propia

Figura 11: Actividades de apoyo



Fuente: Elaboración Propia

Valor agregado

Después de realizado el análisis e la cadena de valor la empresa Delicias S.A.C. propone los siguientes factores como valor agregado.

- **Calidad:**

Es una parte fundamental en el producto final, ya que debemos entregar productos buenos para que nuestros clientes estén satisfechos con lo que consumen. Este aspecto fundamental lo realizara el especialista de calidad, él se encargara de revisar todos los productos a fin de entregar el mejor servicio y crecer como empresa.

- **Diseño:**

La presentación de mi producto final será en una bolsa de polipropileno, muy parecido a los papas lays. Se optó por el diseño ya que la ñuña es un frijol, y como va dirigido a un público joven, es un diseño que quedara grabado en la mente del consumidor. Se estableció por esos colores porque el amarillo es un color llamativo, y el envase es fácil y práctico y se puede llevar en cualquier momento.

- **Novedad:**

Es novedoso ya que es un producto no conocido en el mercado, muy pocas personas conocen este frijol. Pueden consumirlo en cualquier momento del día, un snack que sustituye a las menestras y hay personas que por el trabajo o estudios deciden no almorzar, este es un gran sustituto. Y es también novedoso porque lo realice en dulce, fuera de lo común a lo que las personas consumen. Es un producto muy rico en dulce, lo he consumido personalmente y es novedoso, se puede realizar muchos tipos de productos con esta materia prima.

iii. Ficha técnica comercial

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO



Snacks de Ñuña Dulce

Partida Arancelaria

Descripción

0713.33.19.00

Los demás

Información Básica

Descripción Comercial

Snacks de Ñuña

Descripción: Producto de consumo directo, compuesto por ñuña. Es un producto que Tiene gran importancia en la dieta nutricional dado a su alto contenido de proteínas (alrededor de 20%) y el contenido de sus nutrientes que son similares al del frijol.

Propiedades del Snack de Ñuña: Contiene proteínas, vitamina C y fibras

Materia Prima: Ñuña

Formas de Presentación: Se presentara dentro de bolsas de polipropileno, en la cual va a contener la ñuña dulce.

Variedades: La ñuña tiene diferentes tipos de variedades y colores, pero todas cuentan con el mismo sabor, pero se realizara con la comercial, la que es de color plomo con negro.

Zonas de Producción: La ñuña se produce en varios departamentos del Perú, pero sobre todo en la provincia de Carhuaz, y es más cerca a Lima.

Usos: Se prepara como un pop corn, se pone con un poco de aceite unos 10 minutos, y se retira, se extrae el aceite y se pela. Es consumido con sal como si fuera un maní.

Conservación y vida útil: Su tiempo de vida útil es de 10 meses.

Principales Mercados: México, Brasil, Reino Unido

Ventas comercial:

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

Fuente: Elaboración Propia

3.2. Investigación del Mercado de Objetivo

En lo correspondiente al mercado objetivo, este lo obtenemos realizando una investigación a las páginas web tales como: SIICEX, TRADE MAP y SUNAT. Esta búsqueda se realiza una vez obtenida la partida arancelaria.

Tabla 26: Principales Importadores a nivel mundial de la partida 0713331900
(En miles de dólares americanos)

Importadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
Mundo	1661589	1807125	1810202	1762783	1433177
Italia	158127	133506	132141	148628	143903
India	97710	82184	89934	100362	104780
Reino Unido	111465	91903	97244	88396	95337
México	82802	134172	133681	137790	95274
Brasil	84419	288119	99839	49332	94999
España	61660	49145	47772	53181	58065
Argelia	72105	67029	62720	75162	53195
Francia	54444	41616	42605	43753	49986
Canadá	38884	37603	34849	33546	44725
Costa Rica	35004	35057	52289	42929	37121
Venezuela, República Bolivariana	45943	23393	64482	79963	35456
Estados Unidos de América	62222	43280	34444	34907	32682
Portugal	32505	30760	29890	34485	32135
Países Bajos	25762	24214	27323	29643	30912
Turquía	39758	35894	47035	41238	28790
Bélgica	26643	21902	19263	23649	27302
Cuba	9668	36381	31781	33097	25967
El Salvador	27555	25635	24334	23656	25615
Rumania	17984	18048	24557	24303	25422
Hungría	17187	22443	17266	25788	23480
Rusia, Federación de	15363	15596	22565	18075	22334
Colombia	32247	31100	15595	30453	22199

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

Respecto a lo planteado en la Tabla líneas arriba, podemos observar que Italia es el país la cual registra un mayor volumen en importaciones desde el año 2015, no obstante notamos que a partir del año 2018 al año 2019 estas importaciones vienen en descenso.

Por otro lado, también observamos a países como: Reino Unido, México, Estados Unidos de América, Turquía cuentan con una gran demanda en lo que respecta a importaciones, dejándonos ver que existen atractivos mercados a parte del país elegido.

En el caso de mi mercado elegido, Colombia podemos observar que el monto importado no es en gran cantidad, y que el mercado del año 2015 al 2017 se notó un gran descenso, podemos notar que en el 2018 este se incrementó, es más se duplicaron. En lo que respecta en el 2019 tuvieron un descenso pero sigue siendo un mercado atractivo para poder iniciar nuestras actividades en dicho país. Colombia es un país donde el costo de vida no es caro, siendo un gran mercado para nuestro producto.

**Tabla 27: Exportaciones peruanas a nivel mundial de la partida 0713331900
(En miles de dólares americanos)**

Importadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
Mundo	10405	10428	1438	8600	6009
Colombia	8476	8908	215	7074	3994
Turquía	987	55	0	84	846
Estados Unidos de América	418	766	670	548	331
Chile	71	146	150	183	244
Ecuador	193	121	125	326	159
España	25	76	66	62	151
Japón	101	122	69	35	95
Corea, República de	0	0	0	58	88
Cabo Verde	7	12	63	35	55
Italia	9	43	7	18	19
Canadá	9	16	13	27	15
Nueva Zelandia	0	0	0	1	7

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

Respecto a lo planteado en la tabla líneas arriba, en cuanto a las exportaciones que realiza Perú al mundo con el número de partida 0713331900, Colombia es el país líder, es el país que más importa productos peruanos. Aunque observamos también que no es estable, podemos observar que en el año 2017 estas exportaciones cayeron. En el año 2018 estas crecieron, siendo el último año en el 2019 que volvieron a caer, pero no deja de ser un país atractivo para exportar nuestro producto.

Por otro lado países como Turquía, Estados Unidos de América, Chile observamos que también son compradores de nuestros productos peruanos, también pueden ser buen mercado para nuestro producto.

Para determinar la macro segmentación hemos evaluado la tabla n°3, en ella se refleja claramente que Colombia es el país líder en el mercado. Es por ello que nuestra investigación de mercado resulta factible acceder nuestro producto a ese mercado.

3.2.1. Segmentación de mercado objetivo

Información General

Para SIICEX (2016):

La República de Colombia tiene una superficie de 2 129 748 kilómetros cuadrados y se encuentra localizada en la región noroccidental de Sudamérica. Limita al este con Brasil y Venezuela, al sur con Perú y Ecuador, y al noroeste con Panamá. Asimismo, cuenta con costas tanto al Océano Pacífico como al Mar Caribe, en el cual tiene posesión de varias islas. Vale mencionar que el país se encuentra dividido políticamente en 32 departamentos y un Distrito Capital, Bogotá.

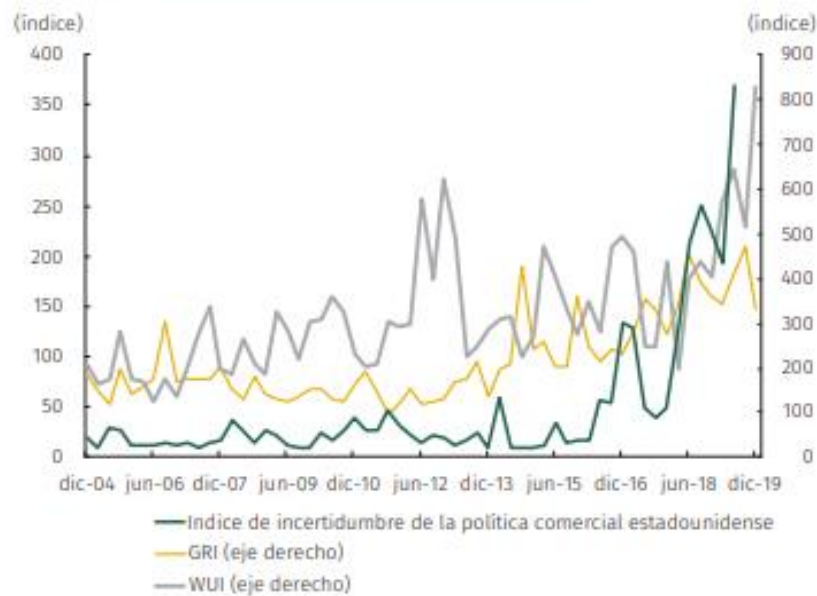
La divisa oficial de Colombia es el peso colombiano.

Crecimiento económico

Para Banco de la República Bogotá, D. C., Colombia (2020):

En el segundo semestre de 2019 la actividad económica global se ralentizó, y continuó con la tendencia de desaceleración registrada en los últimos años. Mientras el crecimiento global se ubicó en 3,2% en 2017 y en 3,0% en 2018, las estimaciones del Fondo Monetario Internacional (FMI) y las del Banco Mundial (BM) sugieren que el crecimiento global en 2019 habría sido de 2,4%. Las tensiones entre los Estados Unidos y China, los riesgos de un brexit desordenado y las protestas sociales en algunas economías emergentes a finales del año generaron una alta incertidumbre (Gráfico 1.1), lo cual tuvo repercusiones importantes en la dinámica de la inversión, la volatilidad de los mercados y los volúmenes de comercio.

Gráfico 1.1
Índices de riesgo geopolítico (GRI)^{a/}, de incertidumbre mundial (WUI)^{b/} y de política comercial estadounidense^{c/}



Fuente: Banco de la República Bogotá, D. C., Colombia

Otro factor importante para Colombia y otros países de la región ha sido la persistente contracción de la economía venezolana, la cual ha estado acompañada de una caída de la producción de crudo y grandes flujos migratorios. En particular, la crisis migratoria supone un reto para los países receptores, ya que un rápido aumento de los flujos de migrantes incrementa los gastos fiscales y, posiblemente, los desbalances externos, aunque

podría favorecer la capacidad productiva y la demanda interna de las economías receptoras.

Para OECD (2019):

Se prevé que el crecimiento del PIB repunte con el apoyo de la demanda interna (Tabla A). La inversión será un motor clave del crecimiento, ayudada por los proyectos de infraestructuras, las recientes reformas tributarias y bajas tasas de interés. La inflación se mantendrá cerca de la meta del 3%, apoyando los ingresos reales y el consumo.

Tabla A. Se prevé un crecimiento robusto
Variación porcentual a menos que se indique

	2018	2019	2020
Producto interno bruto	2,6	3,4	3,5
Consumo privado	3,6	4,7	3,9
Consumo del gobierno	5,6	2,9	3,5
Formación bruta de capital fijo	1,5	4,6	5,3
Exportaciones	3,9	4,0	4,0
Importaciones	7,9	8,8	5,5
Índice de precios al consumidor	3,2	3,5	3,6
Balance fiscal (% de PIB)	-3,1	-2,4	-2,2
Cuenta corriente (% del PIB)	-4,0	-4,2	-4,2

Fuente: OCDE, base de datos de Perspectivas Económicas 105 actualizado con la información más reciente disponible.

COLOMBIA IMPACTO ECONÓMICO, SOCIAL Y POLÍTICO DE LA COVID-

19

Para Banco de la República Bogotá, D. C., Colombia (2020):

Para 2020 los organismos internacionales esperaban un ligero repunte en el crecimiento mundial en comparación con el año anterior, sustentado, principalmente, en la recuperación de algunas economías emergentes que experimentaron adversidades en 2019 y en una menor percepción de exposición al riesgo tras la firma de la primera fase del acuerdo comercial entre Estados Unidos y China. No obstante, la propagación del coronavirus se ha convertido, desde el punto de vista económico, en un riesgo para el

crecimiento mundial, la política macroeconómica global y el contexto externo de la economía colombiana. En enero, antes de la expansión del virus, las proyecciones del FMI, del Banco Mundial y de la ONU sugerían un crecimiento global en 2020 entre el 2,5% y el 2,7%. La actividad de las economías avanzadas crecería al 1,6%¹⁰ en 2020, según el FMI.

La propagación de la pandemia del Covid-19 ha generado un panorama de mayor incertidumbre y alto riesgo para la actividad económica mundial. Su impacto en la economía global podría producirse por varios canales. Por el lado de la oferta, dada la integración cada vez más profunda de China en la economía mundial y la gran importancia que tiene como productor de bienes intermedios, el retraso en la producción de bienes tras el cierre de las fábricas en el país asiático ha provocado disrupciones en las cadenas globales de valor. Una prolongación de esta situación representaría un riesgo para el sector manufacturero mundial y frenaría la recuperación esperada, con claras consecuencias sobre el comercio internacional.

Por el lado de la demanda, las restricciones a la movilidad impuestas por varios países, para frenar la difusión del virus, han perjudicado significativamente al sector de servicios y en especial el turismo. De igual forma, el comercio internacional podría verse afectado por la pandemia. La debilidad de la demanda en China supondría un choque negativo para las economías exportadoras de materias primas, ya que sus precios y cantidades de exportación se reducirían. Adicionalmente, la incertidumbre generada por el coronavirus podría tener un impacto significativo en la confianza de los consumidores y las decisiones de inversión, lo cual podría deteriorar la demanda interna de varios países.

Existe incertidumbre sobre el efecto neto de la emergencia sanitaria y la respuesta de política monetaria de las economías avanzadas sobre los movimientos de capitales hacia o desde las economías emergentes durante 2020.

Principales Sectores económicos

Los motores de crecimiento de la economía colombiana durante el 2019 fueron el consumo y la inversión. El consumo de los hogares, que en 2018 crecía 3,6%, al cierre del tercer trimestre 2019 crece 4,7%. Por su parte la inversión medida por la formación bruta de capital fijo, pasó de 0,8% en 2018 a 4,6% en el mismo período de 2019. Este comportamiento de la inversión se explica por la confianza que mantienen los inversionistas nacionales y extranjeros en el país y por el incentivo representado por la Ley de Financiamiento que corrige un rezago que teníamos con respecto a otros países de permitir descontar el IVA por la compra de bienes de capital. Esta ley fue declarada inexecutable a partir del 1 de enero de 2020 por vicios de trámite, por lo que el gobierno presentó un nuevo proyecto, la Ley de Crecimiento que incorpora buena parte de las propuestas iniciales previamente aprobadas y está orientada a lograr mayores tasas de crecimiento que contribuirían al gran reto de generar nuevos empleos.

Nivel de Competitividad

En el reciente informe del Doing Business “Midiendo regulaciones para hacer negocios”, Colombia cayó 2 posiciones en el ranking general, pasando de la posición 65 a la 67 entre 190 países analizados en el ranking general.

Tabla 28: INDICADORES DE COMPETITIVIDAD DOING BUSINESS 2020

INDICADOR	2019	2020	Cambio 2019/2020
Número de países	190	190	-
Distancia a la frontera (DAF)	69,24	70,10	0,86
Apertura de un negocio	85,31	87,00	1,69
Manejo de permisos de construcción	68,77	69,10	0,33
Obtención de electricidad	75,77	76,30	0,53
Registro de propiedades	71,22	71,20	- 0,02
Obtención de crédito	95,00	90,00	- 5,00
Protección de los inversionistas minoritarios	75,00	80,00	5,00
Pago de impuestos	57,85	58,60	0,75
Comercio transfronterizo	61,83	62,70	0,87
Cumplimiento de contratos	34,29	34,30	0,01
Resolución de la insolvencia	67,40	71,40	4,00

Fuente: Doing Business 2020. Banco mundial

- En el informe se destaca a Colombia como uno de los ejemplos en facilitar el inicio de un negocio, ya que se eliminó el requisito de abrir una cuenta bancaria para obtener la autorización de la factura.
- Así mismo, se destaca la mejora en el comercio transfronterizo, ya que éste se facilitó al digitalizar la tarjeta de responsabilidad, uno de sus documentos de exportación requeridos.
- A nivel mundial, las primeras cinco posiciones del índice las ocupan: Nueva Zelanda, Singapur, Hong Kong RAE, Dinamarca y Corea.
- En América Latina, Colombia se ubica en la tercera posición (67) después de Chile (59) y México (60). En este reciente informe podemos evidenciar que, la mayoría de los países de la región presentaron un retroceso en la posición del ranking.

Acuerdos Comerciales Perú – Colombia

Acuerdos Comerciales

<p>Alianza del Pacífico</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La Alianza del Pacífico nació como una iniciativa económica y de desarrollo entre cuatro naciones de América Latina: Chile, Colombia, México y Perú. • Es un proceso de integración abierto e incluyente, constituido por países con visiones afines de desarrollo y promotores del libre comercio como impulsor de crecimiento. • Es una iniciativa dinámica, con alto potencial y proyección para los negocios. • En conjunto las economías de los países miembros ocupan el octavo sitio a nivel mundial. • Se orienta hacia la modernidad, el pragmatismo y la voluntad política para enfrentar los retos del entorno económico internacional. • Ofrece ventajas competitivas para los negocios internacionales, con una clara orientación a la región Asia-Pacífico.
<p>Comunidad Andina CAN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El 26 de mayo de 1969, se suscribió el Acuerdo de Cartagena, Tratado Constitutivo que fija los objetivos de la integración andina. • 4 Países Miembros: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. • PROMOVER el desarrollo equilibrado y armónico de los Países Miembros en condiciones de equidad, mediante la integración y la cooperación económica y social. • Derecho a que los productos que se comercializan en la subregión cumplan con altos estándares de calidad y sanidad para la PROTECCIÓN DE LA SALUD DE LOS CONSUMIDORES y del MEDIO AMBIENTE. • Logramos que el 100% de los productos de origen andino circulen sin pagar aranceles dentro de la CAN. • Conseguimos que nuestro intercambio comercial en la subregión esté compuesto mayoritariamente por productos manufacturados, que son los que generan más empleo.
<p>Convenio de Cooperación Aduanera Peruano Colombiano - PECO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La devolución de los tributos pagados a cuenta, como regularización del despacho de mercancía liberada por acogimiento estrictamente a los beneficios arancelarios otorgados al amparo del PECO, no comprende el diferencial pagado a cuenta por concepto de IGV e IPM; sin perjuicio de lo cual, debe tenerse en consideración que dicho pago diferencial estaría sujeto a las disposiciones de la Ley de la Amazonía y normas complementarias. • Los dos países convienen en exonerar totalmente de gravámenes a las importaciones de productos originarios y provenientes de los territorios en que tiene aplicación el presente Protocolo.

Fuente: Elaboración propia en base a los portales de Alianza del Pacífico, Comunidad Andina y SUNAT.

Segmentación de mercado objetivo micro

Se eligió a Colombia como el país al cual se exportara los snacks de ñaña dulce, no obstante este tiene varias ciudades, es por ello que se realizara la evaluación y así elegir el mercado objetivo micro.

Tabla 29: Las ciudades más pobladas de Colombia

NOMBRE	HABITANTES
BOGOTA	8 380 801 = 8,3 MILLONES
MEDELLIN	2 569 007 = 2,5 MILLONES
CALI	2 496 346 = 2,4 MILLONES
BARRANQUILLA	1 239 804 = 1,2 MILLONES
CARTAGENA DE INDIAS	1 057 767 = 1 MILLON
SOLEDAD	700 970 = 700 MIL

Fuente: Elaboración propia en base a Libretilla

Respecto a la tabla en mención líneas arriba observamos las 06 ciudades de Colombia con más cantidad de población. Notamos que la cuenta con más habitantes es Bogotá con 8,3 MILLONES de habitantes. Nos concentraremos en esas tres principales ciudades para poder realizar la exportación del producto.

A continuación se explicara porque se realizara la exportación a esas tres ciudades principales:

Para EcuRed:

Bogotá:

Las ventajas de invertir en esta ciudad son:

- Un país conectado en la región.
- Bogotá es el principal centro económico e industrial de Colombia; allí convergen la mayoría de capitales provenientes de las demás ciudades al ser el foco del comercio del país debido a su gran población. Recibe inversionistas de toda Colombia y de otros lugares del mundo.

- Además de esto Bogotá se proyecta a mediano plazo como uno de los destinos de negocios más importantes del mundo.
- Bogotá D.C. ocupó el sexto lugar entre 50 ciudades de América Latina por sus estándares en calidad de vida, alto potencial para hacer negocios, y excelentes condiciones para el desarrollo profesional, según el escalafón establecido por América Economía Intelligence.
- Ello se debe en parte a su ubicación geográfica, que hace de la ciudad un punto estratégico en términos logísticos, ya que el transporte de mercancía hacia otros lugares del país es relativamente rápido.

Medellín:

- Medellín. La ciudad de Medellín es la segunda en importancia de Colombia y la capital del distrito de Antioquía. Es considerada como uno de los centros turísticos por excelencia del país.
- La ubicación de la ciudad en un punto intermedio entre el centro del país y las regiones del Pacífico y el Caribe, colocan a Medellín en una posición privilegiada para desarrollar programas de inversión económica con propósitos de exportación.
- Su temperatura promedio es de 24 grados centígrados (74 grados Fahrenheit), lo que permite a las entidades públicas y privadas mantener siempre abiertos sus programas de cultura, recreación, deportes, mercados o negocios.

Cali:

- Cali está ubicada, en el departamento del Valle del Cauca. Geográficamente Cali está en el valle del río Cauca, el segundo en importancia del país. La parte occidental de la ciudad se encuentra custodiada por los célebres Farallones de Cali, que hacen parte de la Cordillera Occidental de los Andes colombianos.
- La ciudad es un espacio de gran riqueza natural por la ubicación dentro del Valle del Cauca, el clima y el relieve.
- La región es una potencia natural en la cría de animales y en el cultivo de la caña de azúcar debido a la confluencia de ríos y otras fuentes hídricas.

3.2.2. Tendencias de consumo

Perfil del consumidor Colombiano

Para Menu.Neuro:

- Véndemelo: Es el perfil con la logística mucho más personalizada. Son personas que buscan marcas posicionadas y les resulta indiferente las variables de precios, les interesa el confort y estatus. La clase de marca que buscan son las que les ofrezcan productos terminados con un alto grado de personalización. Participaran en canales offline y online.

Para las personas del tipo “Véndemelo” se recomienda esquemas y productos totalmente personalizados y con canales ágiles.

- De mí para ti: Se seguirán moviendo principalmente en canales tradicionales, y modernos a modo masivo. Consumen generalmente productos de primera necesidad (sin valor agregado) y son susceptibles a los precios. No son fieles a ninguna marca.

En el caso de los “De mí para ti” se debe replantear constantemente la cadena de suministros, tener una logística similar a la economía colaborativa.

- A mí manera: Compran a su modo, investigan las diferentes opciones que ofrezca el mercado y escogen el que les permita elaborar su producto, son poco leales a marcas y son sensibles al valor más no a los precios. Se mueven por canales específicos buscando alto nivel de confort.

Los consumidores “a mi manera” necesitan una cadena de suministros que pueda adaptarse y transformarse continuamente al mercado, con productos semi-terminados o semi-ensamblados (productos del tipo Ikea).

- Estoy en tus manos: Sus posesiones son un gran tesoro, son fieles a las marcas, por eso buscan y pretenden que sean productos muy duraderos, es debido a esto que el precio influye en sus compras, según la necesidad deciden por qué canal moverse.

En cuanto a los “Estoy en tus manos” es necesario desarrollar suministros que vayan hasta el hogar y de forma económica.

Mercado de snacks en Colombia

Para Ocho, J.:

Un Snack se puede definir como un aperitivo que se consume entre comidas comúnmente llamado en Colombia como “**pasabocas o mecato**” el cual está conformado por frutos secos, alimentos de paquete, cereales en barra, papas fritas, chocolates etc. Y no son considerados como una de las comidas principales del día. Williams et al, (2009) afirma que existen dos tipos de snacks los “no saludables” como las papas fritas, chocolates, pasteles, salchichas entre otros alimentos a base de grasa y azúcar y los “saludables” tales como frutos secos frutas frescas, verduras, semillas entre otros alimentos bajos en azúcar y bajos en calorías.

Esta información afirma que el mercado de este tipo de productos actualmente crece cada vez más, esto se puede ver influenciado en que **el consumidor tiene fácil acceso en la adquisición de este tipo de productos**, con el fin de saciar ya sea una necesidad de hambre o antojo, encontrándose a estos productos en cualquier supermercado o tienda cercana. La cultura de cada país presenta una gran influencia en este tipo de hábitos ya que en muchos de los países el tiempo es un factor primordial por lo que no se permiten preparar alimentos en sus hogares y las personas se ven en la obligación de adquirir snacks ya sea saludables o no con el fin de saciar el hambre en algún momento del día.

A pesar de que el chocolate sea el snack más consumido en el mundo gran parte de los entrevistados consideran que los snacks a base de ingredientes naturales son muy importantes con el 45% de la población y moderadamente importante obteniendo un resultado del 32%, se puede evidenciar que los consumidores mundiales de snacks prefieren un producto libre de modificaciones genéticas, sabores artificiales y colores artificiales

afirmando nuevamente que los snacks saludables son preferidos por gran parte de la población.

En las comidas no principales del día el consumo de snacks se puede ver como una fácil alternativa de cumplir con los requerimientos de los nutricionistas, debido que el snack es un alimento que se puede transportar de manera fácil, es un producto práctico y se puede encontrar en la mayoría de los supermercados.

En lo referente a Colombia según Procomer (2015) tiene el consumo más alto de snacks per cápita en Latinoamérica de productos como los patacones y yuca frita estos snacks debido a que son considerados como una tradición culinaria son los más consumidos, sin embargo, se tienen fuertes proyecciones del crecimiento de los snacks saludables. Cabe resaltar que estos snacks que para el año 2015 eran los más consumidos en Colombia son considerados como los snacks no saludables planteados por Williams ya que son productos a base de grasa, conservantes y sal.

3.3. Análisis de la oferta y la demanda

3.3.1. Análisis de la oferta

Para poder realizar un mejor análisis de la oferta exportable de mi producto se requiere revisar los mercados que exportan a nivel mundial. Líneas abajo se indicaran cuáles son los principales países exportadores de la partida: 0713.33.19.00.

**Tabla 30: Principales países exportadores de la partida 0713.33.19.00 a nivel mundial
(En miles de dólares americanos)**

Exportadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
Mundo	1546098	1658351	1652167	1565357	1415456
Argentina	252093	340820	292328	271682	361334
Estados Unidos de América	157919	190388	221902	224093	215483

China	298028	368183	288487	227788	193771
Canadá	126205	109243	103136	123948	123507
Kirguistán	43717	71726	45172	44175	55392
Nicaragua	75096	63274	74013	80424	54408
Países Bajos	26258	40638	48165	41389	37681
Etiopía	112321	93383	95428	47827	37096
Brasil	56353	24540	40327	29632	33368
Bélgica	19459	17420	15563	15909	25055
México	34836	37577	84723	49203	23865
Egipto	113486	62307	69609	90805	23264
Francia	11420	13541	15480	18752	19516
Polonia	11873	10925	13796	15883	18945
Myanmar	16671	10632	13508	12949	14756
Reino Unido	4347	6280	9187	11467	12752
Portugal	10873	13797	20238	16039	12285
Ucrania	1564	5982	6599	7938	12086
Hungría	12181	13533	12768	16669	11773
Djibouti	3956	888	1382	3973	9113
Mozambique	15065	15240	5624	2485	8919
Turquía	4581	3401	5838	23589	8899
Italia	7735	7993	9643	8095	8866
Bulgaria	6098	5589	6400	8565	8799
Bolivia, Estado Plurinacional de	18103	32065	12957	13737	8518
Belice	5572	4390	4062	4698	6289
Perú	10405	10428	1438	8600	6009

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

En La tabla en mención líneas arriba, podemos visualizar los principales países exportadores de la partida 0713.33.19.00 Se puede observar que la oferta con la que cuenta la partida es creciente. Los principales exportadores son Argentina, Estados Unidos de América y China, vemos que si bien entre años sus exportaciones aumentan o disminuyen, estos siguen manteniéndose en el mercado como líderes.

En el caso de Perú, notamos que no ha mantenido sus exportaciones y que estas han disminuido. Perú es un país con el que nos falta explotar, faltan personas que apuesten con productos netamente cosechados en nuestro país. Esperemos que a partir del 2021 estas exportaciones crezcan, ya que este año con la crisis del Covid-19 es imposible salir al mercado y ofertar nuestros productos.

Por otro lado, detallaremos líneas abajo la tabla de los principales países exportadores de la partida 0713.33.19.00 a toneladas.

**Tabla 31: Principales países exportadores de la partida 0713.33.19.00 a nivel mundial
(En toneladas)**

Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas
Mundo	1764618	1953309	1802519	1641936	1500489
Argentina	354706	402256	336350	321615	430764
Estados Unidos de América	217111	237647	252912	243714	245551
China	311452	431296	270802	207078	171886
Canadá	128583	120996	114508	132991	130471
Kirguistán	66729	105524	54578	59651	64354
Etiopía	191238	170051	166131	71738	56818
Nicaragua	48199	58710	72538	77642	51562
Brasil	85381	39512	63131	42228	46337
Reino Unido	5619	16888	37049	37243	37239
Egipto	79562	62778	61821	78824	21713
Bélgica	15968	16704	13834	14652	20020
México	35800	32133	73568	50653	18617
Ucrania	3206	11189	11314	12107	16052
Polonia	8302	8786	10824	10857	15093
Myanmar	16151	12194	18625	17339	14536
Mozambique	15126	23847	7685	4185	14270
Djibouti	6005	1355	2048	5767	13469
Países Bajos	7524	17321	18611	13812	12186
Portugal	8337	13359	18521	14042	11424
Bolivia, Estado Plurinacional de	20122	31796	12777	16124	10374
Bulgaria	7193	7074	5980	8516	8536
Francia	4060	4563	4821	6095	7736
Belice	6313	5503	3894	4301	6834
Turquía	3966	2517	4304	19291	6601
Uzbekistán			17903	17243	5725
Sudáfrica	1489	2606	8732	4521	5599
Italia	4026	4600	5579	3983	5181
Perú	8631	8468	922	6337	4715

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

En La tabla en mención líneas arriba, podemos visualizar los principales países exportadores de la partida 0713.33.19.00 en toneladas. Notamos que siguen siendo los países de Argentina, Estados Unidos de América y China los que encabezan las exportaciones en base a toneladas. Como mencionamos en la tabla anterior Perú ha ido disminuyendo sus exportaciones.

3.3.1.1. Oferta nacional Perú a nivel mundial

En las siguientes tablas analizaremos las exportaciones peruanas de la partida 0713.33.19.00 hacia el mundo.

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú:

**Tabla 32: Total de exportaciones peruanas de la partida 0713.33.19.00 a nivel mundial
(En miles de dólares americanos)**

Importadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
Mundo	10405	10428	1438	8600	6009
Colombia	8476	8908	215	7074	3994
Turquía	987	55	0	84	846
Estados Unidos de América	418	766	670	548	331
Chile	71	146	150	183	244
Ecuador	193	121	125	326	159
España	25	76	66	62	151
Japón	101	122	69	35	95

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

Como se detalla en la tabla en mención líneas arriba, podemos observar los principales países a los que exporta Perú al mundo. Los países que destacan como se puede observar son Colombia, Turquía y Estados Unidos de América. También podemos observar que Chile del año 2015 al año 2019 sus importaciones han ido en aumento, es un país que apunto a Perú como su principal proveedor para la partida 0713.33.19.00. Japón es un país que hace 5 año iniciaron importándonos productos pero están tuvieron una caída.

Nuestro país elegido para nuestro producto es Colombia, y como podemos observar es el país líder, pero notamos que en el año 2015 estas aumentaron y luego en el año 2017 cayeron, sin embargo en el 2018 volvieron a importar. El año 2019 tampoco fue muy favorable porque estas cayeron, pero sigue siendo un buen país para poder exportar nuestro producto.

A continuación mostraremos otra tabla de la lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú de la partida 0713.33.19.00 en toneladas.

**Tabla 33: Total de exportaciones peruanas de la partida 0713.33.19.00 a nivel mundial
(En toneladas)**

Importadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas
Mundo	8631	8468	922	6337	4715
Colombia	7327	7610	209	5377	3316
Turquía	604	41		48	620
Ecuador	238	167	158	265	177
Chile	110	110	116	144	165
Estados Unidos de América	196	304	266	244	146
España	12	39	36	34	120
Corea, República de				44	66
Japón	64	70	41	21	49

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

Como se detalla en la tabla en mención líneas arriba, podemos observar que los países líderes medidos en toneladas son Colombia, Turquía y Ecuador. Colombia se sigue manteniendo como un país principal para la exportación de la partida 0713.33.19.00.

El objetivo es realizar un mejor análisis de las exportaciones peruanas, es por ello que analizaremos las principales empresas peruanas exportadoras de la partida 0713.33.19.00.

Tabla 34: Lista de las empresas exportadoras en Perú para la partida 0713.33.19.00

Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País	Ciudad
AGRHICOL S.A.C.	1	48	Perú	Lima
Agrícola Cerro Prieto S.A.C. - Acprisac	3	1094	Perú	Lima
AGRICOLA FORESTAL DEL NORTE S.A.C	1	241	Perú	Piura
Agrícola Kamuk S.A.C.	3	36	Perú	Arequipa
Agrícola La Venta S.A.	2	1356	Perú	Lima
AGRICOLA SAN PEDRO DE BARRANCA S.A.C.	1	36	Perú	Barranca

Agrícola Sol de Villacuri S.A.C.	2	418	Perú	Ica
Agrícola Tierra Rajada S.A.C.	2	12	Perú	Lima
Agrícola Vinasol S.A. - Avsa	2	231	Perú	Lima
AGRO INDUSTRIAL CANTERIA S.R.L.	1	202	Perú	Lima
AGRO INDUSTRIAL INKA WORLD S.A.C.	3	3	Perú	Lima
AGRO INDUSTRIAS SACOVELO S.A.C.	2	3	Perú	Lima
AGROCARAL S.A.C.	1	15	Perú	Lima
AGROINDUSTRIA LA PERLA DEL CHIRA EIRL	1	1	Perú	Lima
AGROINDUSTRIAS PEDRO & RODRIGO E.I.R.L.	1	202	Perú	Lima
Alisur S.A.C.	2	76	Perú	Lima
ANDINA FOODS EXPORT E.I.R.L.	1	2	Perú	Lima
Andinoindustrias S.A.C.	3	1	Perú	Cusco
Asica Farms S.A.C.	3	19	Perú	Trujillo
ASOC DE PROD Y EXPORTADORES SECHIN CASMA	1	15	Perú	Casma
ASOCIACION MULTI PRODUCTORES LA PROSPERIDAD DE VALLE PICHANAKI APROVE PICHANAKI	1	15	Perú	Chanchamayo
BASSET TABACALERA DEL PERU S.A.C.	1	15	Perú	San Martin
BIG HARVEST S.A.C.	1	202	Perú	Lima
CORPORACION AGROINDUSTRIAL LA PAMPITA SOCIEDAD ANONIMA	1	15	Perú	Lima
DESHIDRATADORA LIBERTAD S.A.C.	2	101	Perú	Trujillo
Doña MARIA SOCIEDAD ANONIMA	1	202	Perú	Huaura
EMPACADORA DE FRUTOS TROPICALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	1	235	Perú	Sullana
FAIR FRUIT PERU S.A.C.	1	120	Perú	Lima
Fibras Naturales Inca Cotton S.A.C. - Finainco Sac	1	51	Perú	Huaura
GIOSA S.R.L	1	1	Perú	Coronel Portillo
Grains Perú Company E.I.R.L.	2	1	Perú	Lima
GREEN COAST FARMS S.A.C.	1	11	Perú	Lima
Green Vegetables & Flowers S.A.C. - Green & Flowers S.A.C.	1	400	Perú	Lima
Grupo Agro Export Baron Sac - Agro Export Baron Sac	3	0	Perú	Lima
HERBANDINA S.A.C.	1	15	Perú	Huamanga
INNOVACIONES TECNOLOGICAS DEL AGRO S.A'	1	15	Perú	Piura
INVERSIONES JOPESA E.I.R.L.	1	1	Perú	Jaén
JOMSHUVI S.A.C.	1	202	Perú	Lima
Justo Diaz Cano Exportaciones S.A.C. Jdc Exportaciones S.A.C. - Jdc Exportaciones S.A.C.	1	15	Perú	Arequipa
LA PROMOTORA AGRICOLA SA	1	15	Perú	Ascope
LAAC'S FARMER TRADING	1	202	Perú	Lima

CORPORATION S.A.C.				
NEGOCIACION AGRICOLA EL ALGARROBO S.A.	1	15	Perú	Lima
NEGOCIACION AGRICOLA EL PEDREGAL S.A.	1	15	Perú	Lima
OROPRETO S.R.L.	1	202	Perú	Lima
PLANTACIONES LA PERLA S.A.	1	15	Perú	Tocache
POSOCONI S.C.R.L.	1	1	Perú	Arequipa
PRODUCTOS ECOLOGICOS ANDINOS DEL PERU S.A.C.	2	19	Perú	Lima
RAINFORST ORGANIC PERU S.A.C.	2	4	Perú	Callao
RIGEL S.A.C.	1	15	Perú	San Martin
SANTIAGO E HIJOS S.A.C.	1	15	Perú	Casma
Sociedad Agricola Don Luis S.A. - Fundo Don Luis	1	30	Perú	Ica
Soluciones Avanzadas En Agronegocios Wiraccocha Del Perú S.A.C. - Wiraccocha Del Perú	2	11	Perú	Ayacucho
Stevia One Perú Industria S.A.C - Sto Industria S.A.C.	3	78	Perú	Paita
TIERRAS ALTAS S.A.C.	1	15	Perú	Urubamba
TRANSPACIFICOWARI S.A.C.	1	4	Perú	Lima
VELI CORP PERU S.A.C.	1	2	Perú	Lima
Verdal R.S.M. Perú S.A.C.	3	14	Perú	Tarapoto

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

Como se detalla en la tabla en mención líneas arriba, podemos observar las empresas peruanas que exportan con la partida 0713.33.19.00.

3.3.1.2. Producción nacional de la ñuña

La ñuña, es un frijol que muy pocas personas lo conocen y es nuestra principal materia prima, es por ello que a continuación detallaremos un poco más acerca de este producto.

Para Marmolejo, K. (2018):

El frijol numia, pertenece al acervo genético Andino, tiene como centro de origen las zonas altas de Perú y Bolivia, probablemente resultantes de las primeras presiones de selección que condujeron a la domesticación del frijol en esta zona, determinando la obtención del único tipo de frijol que posee el carácter de reventado de grano, que ha sido ampliamente cultivado desde la época pre-inca (Gamarra, et al., 1996).

Las ñuñas existían muchos antes del Imperio Inca, podría decirse que son los frijoles más antiguos, sometidos al tostado.

Ensayos realizados en la localidad de Acco (Huaraz) en 1980, utilizando 26 accesiones de fríjol ñuña, obtuvieron periodos vegetativos entre 143 y 244 días (Camarena et al., 1990). En la provincia de Carhuaz (Callejón de Huaylas), donde la ñuña presentó un rendimiento promedio de 728 kg/ha en monocultivo.

Según la National Academy Press (1990), en las regiones altas, la cosecha ocurre entre los 150 a 270 días de la siembra, siendo las ñuñas normalmente de ciclo largo de 8 a 10 meses. El período vegetativo depende de la época de siembra, de las condiciones climáticas reinantes y características varietales del cultivo (Martínez, 1991).

Tabla 35: Tabla de producción de la ñuña

Departamento		Ancash (Carhuaz)	Ancash (Chiquian)
Concepto	Unidad	2018	
Ubicación geográfica	Altitud	2748 msnm	3,000 msnm
Temperatura	Máxima	24.5 °C	26.8 °C
	Mínima	10.1 °C	9.1 °C
Producción	días	151 a 222 madurez	177 hasta 211 madurez
Numero de granos por vaina	Promedio	4.25 a 6.30 granos oscilando entre 4 y 6 por planta	2.83 a 4.35 granos oscilando entre 4 y 6 por planta
Precio de campesinos	S/.	6 el kilo	6 el kilo
Precio proveedor en Lima	S/.	8 el kilo	8 el kilo
<ul style="list-style-type: none"> • Cabe mencionar que en cada saco viene 50 kilos. 			

Fuente: Elaboración propia en base a MAESTRÍA EN MEJORAMIENTO GENÉTICO DE PLANTAS

Como se detalla en la tabla en mención líneas arriba, podemos observar la información que logro realizar una estudiante para poder obtener su maestría. Esta investigación la realizo en Ancash, y optamos por proveernos la ñuña de este Departamento porque queda muy cerca a Lima, son

aproximadamente 6 horas de viaje y esto nos facilitaría el acceso de ir y comprarles a los mismos campesinos. Cabe mencionar que también lo vende en el Mercado Unicachi que se encuentra en Pro, por Lima Norte, es un señor que tiene años vendiendo este producto y nos comentó el precio que le dejaban los campesinos y a cuanto lo vendía el aquí en Lima.

3.3.2. Análisis de la demanda

Para poder realizar el análisis de la demanda, se utilizara como una fuente de apoyo Trade Map. Después del análisis se realizara una proyección de la demanda del 2020 al 2026, cinco años.

3.3.2.1. Importaciones mundiales

A continuación, se presenta la información de países importadores de la partida 0713.33.19.00.

Tabla 36: Principales países importadores de la partida 0713.33.19.00
(En miles de dólares americanos)

Importadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
Mundo	1661589	1807125	1810202	1762783	1433177
Italia	158127	133506	132141	148628	143903
India	97710	82184	89934	100362	104780
Reino Unido	111465	91903	97244	88396	95337
México	82802	134172	133681	137790	95274
Brasil	84419	288119	99839	49332	94999
España	61660	49145	47772	53181	58065
Argelia	72105	67029	62720	75162	53195
Francia	54444	41616	42605	43753	49986
Canadá	38884	37603	34849	33546	44725
Costa Rica	35004	35057	52289	42929	37121
Venezuela, República Bolivariana de	45943	23393	64482	79963	35456
Estados Unidos de América	62222	43280	34444	34907	32682
Portugal	32505	30760	29890	34485	32135
Países Bajos	25762	24214	27323	29643	30912
Turquía	39758	35894	47035	41238	28790
Bélgica	26643	21902	19263	23649	27302
Cuba	9668	36381	31781	33097	25967

El Salvador	27555	25635	24334	23656	25615
Rumania	17984	18048	24557	24303	25422
Hungría	17187	22443	17266	25788	23480
Rusia, Federación de	15363	15596	22565	18075	22334
Colombia	32247	31100	15595	30453	22199

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

Como se detalla en la tabla en mención líneas arriba, podemos observar que Italia es el país que lidera las importaciones, aunque estas iban en descenso como se puede observar volvieron a ascender.

La tabla anterior esta expresada en miles de dólares americanos para poder visualizar mejor las importaciones se mostrara en toneladas.

**Tabla 37: Principales países importadores de la partida 0713.33.19.00
(En toneladas)**

Importadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas
Mundo	1667088	2118464	No hay cantidades	No hay cantidades	No hay cantidades
Brasil	156062	344888	139159	80766	151001
Italia	127153	127561	114174	130870	126381
India	120260	103716	87816	106543	115491
Reino Unido	104672	93385	104409	92687	100034
Canadá	42283	43758	41104	46210	53282
Argelia	62018	60003	53062	65681	51683
España	50580	45314	37751	44627	48507
Venezuela, República Bolivariana de	44021	26713	75052	90918	41846
Costa Rica	34724	37971	51582	43869	39082
Francia	36992	34223	30058	30350	35768
Portugal	33046	40609	32952	37521	34547
El Salvador	22901	27349	27679	25398	27516
Turquía	31641	31189	40114	37385	26805
Estados Unidos de América	52195	45881	32231	30286	26148
Cuba	10422	49374	25640	31396	25218
Rusia, Federación de	16909	18634	23473	21820	24062
Bélgica	21692	19979	15562	21683	23548
Rumania	22276	21746	23453	23223	23096
Colombia	28284	29031	16263	28340	22665

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

Como se detalla en la tabla en mención líneas arriba, podemos observar que los países de Brasil, Italia e India son los principales países en importaciones en toneladas de la partida 0713.33.19.00. Podemos observar también a Colombia, que si bien no es un país que lidera estas importaciones no son tan desfavorables.

Colombia contaba con buenas importaciones en los años 2015 y 2016, quiere decir que aún tenemos oportunidad de crecimiento en ese mercado.

3.3.2.2. Proyección de demanda

Para poder realizar el cálculo de la proyección de la demanda, se debe de obtener datos de las importaciones peruanas en Colombia de la partida 0713.33.19.00 en los últimos cinco años expresados en kilogramos.

**Tabla 38: Demanda de Colombia del 2014 - 2018 de la partida 0713.33.19.00
(En kilogramos)**

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
KILOGRAMOS	300	443	12,727	10,600	9,569

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

Tabla 39: Aplicación del Método de mínimos cuadrados

	AÑOS	DEMANDA		AL CUADRADO
X	X	Y	XY	X ²
2014	1	300	300	1
2015	2	443	886	4
2016	3	12,727	38,181	9
2017	4	10,600	42,400	16
2018	5	9,569	47,845	25
TOTAL	15	33,639	129,612	55

Fuente: Elaboración propia

Fórmula de regresión lineal:

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

A =	-1,880.70
B =	2,869.50

Fuente: Elaboración propia

Para calcular la demanda proyectada para los siguientes 5 años, se realizara mediante el cálculo de las variables A y B, aplicando la fórmula de proyección lineal.

Formula proyección lineal:

Y = A + BX
X = AÑOS A PROYECTAR

Proyección 2019	Y=-1880.70+(2869.50*6)	15,336.30
Proyección 2020	Y=-1880.70+(2869.50*7)	18,205.80
Proyección 2021	Y=-1880.70+(2869.50*8)	21,075.30
Proyección 2022	Y=-1880.70+(2869.50*9)	23,944.80
Proyección 2023	Y=-1880.70+(2869.50*10)	26,814.30
Proyección 2024	Y=-1880.70+(2869.50*11)	29,683.80
Proyección 2025	Y=-1880.70+(2869.50*12)	32,553.30

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 40.Demanda proyectada del mercado
(En kilogramos)**

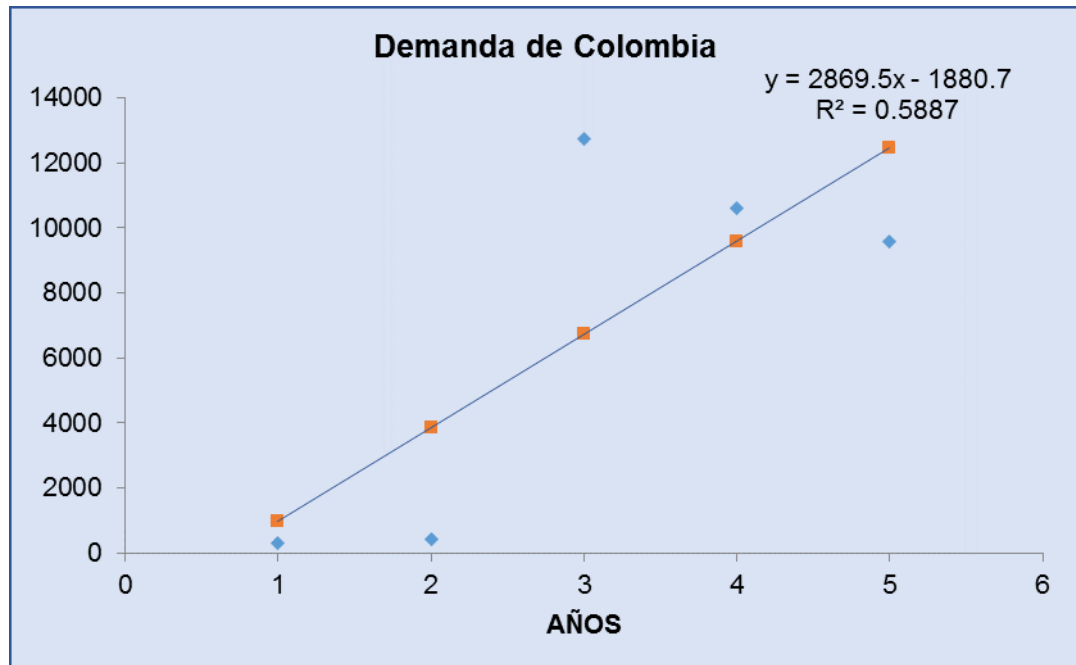
2021	2022	2023	2024	2025
21,075.30	23,944.80	26,814.30	29,683.80	32,553.30
	13.62%	11.98%	10.70%	9.67%

Fuente: Elaboración propia

Como se detalla en la tabla en mención líneas arriba, podemos observar que se proyectó un crecimiento, pero no es mucho, ya que en los cuadros respecto a Colombia estos no han sido muy favorables, pero esperemos que

Colombia en los próximos años siga aumentando sus importaciones. El mercado Colombiano tiene en promedio un incremento anual del 11.49%.

Figura 12: Grafico de Proyección Lineal



Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la Figura en mención líneas arriba, $R^2=0.5887$ que quiere decir que hay correlación positiva.

Tabla 41: Proyección de las exportaciones para Numix Snacks (En kilogramos)

AÑOS	2021	2022	2023	2024	2025
Cantidades proyectadas kg	15,605.92	16,074.10	16,717.06	17,552.91	18,606.01
Tasa de crecimiento		3%	4%	5%	6%

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar en la tabla en mención líneas arriba que en el primer año la empresa va a exportar 15,605.92 kilogramos, en cuanto a la tasa de crecimiento esta ira creciente del 3%, 4%, 5% y 6% respectivamente de manera anual.

3.4. Estrategias de Ventas y Distribución

La empresa Delicias S.A.C. para poder determinar las estrategias de segmentación empleara la teoría realizada por Michael Porter las cuales son las estrategias genéricas.

3.4.1. Estrategias de segmentación

Para Aprendiendo Administración (2016):

Michael Porter, desarrolló las estrategias a través de las cuales las empresas pueden desempeñarse en un escenario competitivo y conseguir una ventaja sostenible que le permita superar a otras firmas del sector.

Estas estrategias genéricas son tácticas para superar el desempeño de los competidores en un sector industrial.

Figura 13: Estrategias genéricas según Michael Porter

		Ventajas Estratégicas	
		Singularidad percibida por el consumidor	Posición de bajos costos
Estratégico Objetivo	Toda la industria	Diferenciación	Liderazgo en costos
	Solo un segmento	Enfoque (segmentación o especialización)	

Fuente: Aprendiendo Administración

Como se detalla en la tabla en mención líneas arriba, estas son las estrategias presentadas por Michael Porter. En Delicias S.A.C. la estrategia de segmentación que se aplicara es la de Enfoque (Segmentación o especialización).

Para Aprendiendo Administración (2016):

Consiste en enfocarse sobre un grupo de compradores en particular, en un segmento de la línea del producto, o en un mercado geográfico; igual que la diferenciación, el enfoque puede tomar varias formas. Toda la estrategia del enfoque está construida para servir muy bien a un objetivo en particular, y cada política funcional está formulada teniendo esto en mente. Su enfoque significa que, o bien, tiene una posición de costo bajo con su objetivo estratégico, o la alta diferenciación, o ambas. El enfoque también puede utilizarse para seleccionar objetivos menos vulnerables a los posibles sustitutos, o cuando los competidores son los más débiles.

Es por ello que en Delicias S.A.C. nos concentraremos en un objetivo en particular, un segmento específico. El fin de esta estrategia es que sabremos a que público estamos dirigiendo nuestro producto, y así obtener una ventaja competitiva.

El producto “Numix Snacks” está dirigido a:

- Factor demográfico: Hombre y mujeres entre los 15 y 25 años de edad.
- Factor geográfico: Dirigido a consumidores Colombianos, especialmente a Bogotá, luego Medellín y ampliaremos a Cali.
- Factor psicográfico: Consumidores conservadores, familias, que se encuentren abiertos al cambio. Personas de clase media y alta.
- Factor conductual: En la tendencia de consumo indicamos que se pueden consumir en las comidas no principales del día; el consumo de snacks se puede ver como una fácil alternativa de cumplir con los requerimientos de los nutricionistas, debido que el snack es un alimento que se puede transportar de manera fácil, es un producto práctico y se puede encontrar en la mayoría de los supermercados.

3.4.2. Estrategias de posicionamiento


El posicionamiento es una estrategia de marketing que, basada en los concepto de segmentación y diferenciación, se ocupa de diseñar una

estructura de oferta para “marcar o grabar” en la mente del mercado target una característica distintiva en termino de soluciones, beneficios, ventajas y satisfacciones.

Es un proceso mediante el cual se desarrolla una estrategia que tiene como objetivo llevar la marca, empresa o producto desde la imagen actual a la deseada.

Las estrategias de posicionamiento con las que vamos a posicionar nuestro producto son las siguientes:

Tabla 42: Estrategias de posicionamiento Numix Snacks

ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO	COMENTARIOS
<p>Basada en un atributo: centra su estrategia en un atributo como puede ser la antigüedad de la marca o el tamaño. Las marcas que basan su estrategia de posicionamiento en un solo atributo, pueden fortalecer su imagen en la mente del consumidor con mayor facilidad que las que intentan basar su posicionamiento en varios atributos.</p>	<p>La característica principal del producto es “Chuhi”, es la representación de la ñuña en un mini dibujo y esperamos que este personaje logre quedarse en la mente del consumidor.</p> 
<p>En base a los beneficios: destaca el beneficio de un producto, como pueden ser el aliento fresco proporcionado por un chicle o los dientes blancos prometidos por un dentífrico blanqueador.</p>	<p>Se busca dar a conocer al consumidor que nuestro producto son Snacks a base de ñuña, la cual es un producto natural y que cuenta con altos índices en fibra.</p>
<p>Basada en el uso o aplicación del producto: destaca la finalidad de un producto, como pueden ser las bebidas energéticas para los deportistas o los productos dietéticos destinados a personas que quieren perder peso.</p>	<p>Buscamos que el uso del producto sea con el fin de sustituir las menestras y que este sea un snack saludable donde se pueda consumir en cualquier momento del día. Para personas que no pueden almorzar, este producto contiene vitaminas, ayuda a la digestión y altos índices en fibras.</p>

<p>En base a la calidad o al precio: el producto basar su estrategia en esta relación de calidad y precio, o centrarse únicamente en uno de los dos aspectos, transmitiendo por ejemplo, desde un precio muy competitivo a un precio muy elevado, que habitualmente esté vinculado a la exclusividad o al lujo.</p>	<p>Numix Snacks es un producto de calidad, brindara promociones, descuentos y los precios serán acordes al mercado sin descuidar los de nuestros competidores.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia en base a Maestría En Dirección En Negocios

Numix Snacks es un producto novedoso, con altos beneficios, es un producto rico en vitaminas. El objetivo como ya se menciona es que el consumidor tenga en su mente el producto, es por ello que realizamos el personaje para poder quedarnos en la mente del consumidor.

Numix Snacks dará a conocer su producto a través de redes sociales, Pagina Web, y aplicación para poder descargarlo a tu celular. En la actualidad existe una gran demanda de snacks, todos consumimos uno al menos una vez a la semana, es por ellos que se realiza una oferta con el fin de satisfacer a esa demanda.

3.4.3. Estrategias de distribución

Para las estrategias de distribución en Numix Snacks, como somos una empresa nueva en el mercado Colombiano, al principio realizaremos la distribución de los Snacks a base de ñuña dulce de manera indirecta, es decir, lo venderemos a importadores, o personas autorizados con distribuirlos en Colombia.

Para Economipedia:

El canal de distribución indirecto se caracteriza porque la empresa utiliza intermediarios para hacer llegar sus productos al consumidor final.

Iniciaremos con este canal de distribución porque nos ayudara a tener:

- Menor costo de almacenamiento: las empresas productoras salen pronto de sus stocks de producto y estos son embodegados con los mayoristas que tienen la infraestructura adecuada para almacenar grandes cantidades de productos.
- Mayor eficacia: por el nivel de alcance que se logra, debido a que los distribuidores indirectos tienen gran cantidad de establecimiento o también si se usan franquicias; lo que permite la comercialización del producto en una mayor cantidad de puntos de venta.

Figura 14: Canal Indirecto de Distribución




Fuente: Economipedia

Numix Snacks utilizara este canal para ayudarse de los intermediarios ya que estos tienen la experiencia y conocimiento del mercado. Para poder iniciar operaciones se trabajara con en canal indirecto, como toda empresa en largo plazo buscaremos trabajar con un canal directo, y poder así llegar con más facilidad a nuestros consumidores.

Detallaremos el posible distribuidor para Numix Snacks en el mercado Colombiano:

Tiendas de Oxxo en Bogotá y alrededores

Tabla 43: Lista de posibles distribuidoras en Bogotá, Colombia

	
Oxxo:	Calle 11 No 3-57/59, 11001, Bogotá
Oxxo:	Cra 8 No 16-18, 11001, Bogotá
Oxxo:	Calle 16 No 4-92, 11001, Bogotá
Oxxo:	Calle 19 No 6-23, 11001, Bogotá
Oxxo:	Calle 20 No 7-41/45 Local 2, 11001, Bogotá
Oxxo :	Av. Cra 30 No 18a-56, 11001, Bogotá
Oxxo:	Cra 13 No 36-01, 11001, Bogotá
Oxxo:	Cra 7 No 39-21 Local 130-131, 11001, Bogotá
Oxxo:	Cra 37a No 10-19, 11001, Bogotá
Oxxo:	Cra 7 No 41-03, 11001, Bogotá
	Cra 16 No 44-60, 11001, Bogotá

Fuente: Elaboración propia en base a Página Oficial OXXO en Colombia

Oxxo es una empresa la cual es familiarizada con todos nosotros, me parece un buen distribuidor para nuestro producto. Aquí en Perú ha tenido gran acogida cuando ingreso y se sigue manteniendo y expandiendo en e mercado. En Colombia por la cantidad de tiendas con las que cuenta visualizamos que también tiene un público definido.

3.5. Estrategias de Promoción

Numix Snacks para promocionarse a su público objetivo, se venderá como un producto natural y de calidad. Se darán a conocer sus beneficios, y por qué debemos de consumirlo. A continuación se brindaran las estrategias de Promoción.

- **Ferias internacionales**

Para Cámara de Comercio de Lima:

Organización, desarrollo y seguimiento de la participación de una delegación de empresarios en ferias especializadas con la finalidad de mostrar y promocionar sus productos y servicios.

La participación en ferias permitirá a las empresas:

- ✓ Promocionar sus productos y servicios

- ✓ Contactar compradores y proveedores
- ✓ Conocer los productos de las empresas competidoras
- ✓ Conocer las tendencias del mercado, nuevos canales de distribución, segmentos del mercado, entre otros.

Numix Snacks asistirá a las Ferias Internacionales ya que estas son consideradas de suma importancia para poder realizar negocios con personas que estén interesadas en nuestro producto. Existirá una gran cantidad de demanda y a su vez oferta de sus productos. En este evento logramos tener contacto directo con los importadores y así podemos darles a conocer nuestros productos.

La Feria Expo alimentaria que realiza Perú cada año es la más conocida y la más grande, donde vienen compradores de diferentes países.

Para Adex (2019):

Esta logro más de US\$ 800 millones en monto negociado. Participaron 21 países.



Fuente: Adex

¿Qué buscan los visitantes Nacionales e Internacionales?



Fuente: Adex

Es por ello que nos parece la mejor feria donde podemos dar a conocer nuestro producto, este año feria se realizara 30 de Setiembre, 01 y 02 de Octubre, si en caso sigue la crisis del Covid-19 esta tendrá que ser postergada, es por ello que aún no anuncian precios y confirman donde se realizara el evento.

Alimentec Bogotá

23. - 26. Marzo 2021 Lugar de encuentro para la industria de alimentos en Colombia y América Latina.

Alimentec en Bogotá es una de las ferias más importantes para la industria alimentaria en Colombia y América Latina. Es una plataforma ideal para compartir con los colegas y hacer contactos de negocios. En la feria, los expertos se reúnen en casa y en el extranjero en los sectores de alimentos y bebidas, frutas y verduras, la agricultura, embalaje, tecnología y servicios para la industria alimentaria. Estimados interesados, debido a los efectos del virus corona, la feria se pospondrá para esta nueva fecha.

La Alimentec tendrá lugar en 4 días de martes, 23. Marzo a viernes, 26. Marzo 2021 en Bogotá. (FeriasInfo, 2020).



Fuente: FeriasInfo

Cabe mencionar que es una feria Colombiana, reconocida y es otra opción que podemos elegir para poder dar a conocer nuestro producto o servicio. Nos están brindando costos, distribución y requisitos porque aún estamos sufriendo la crisis del Covid-19, esperemos se restablezcan y podamos investigar más de los beneficios de la feria.

- **Envío de Muestras**

También en Numix Snacks consideraciones como estrategia de promoción el envío de muestras a nuestros clientes potenciales para darles a conocer la calidad y sabor de nuestro producto a exportar.

- **Rueda de Negocios**

Para Cámara de Comercio de Lima (2020):

Reuniones de negocio entre empresas nacionales y extranjeras con el objetivo de concretar negocios de importación/exportación. Única institución certificada con el ISO 9001 para el servicio de Ruedas de Negocio Internacionales.

Beneficios Del Servicio:

- Agenda de negocios pre establecida de acuerdo a los objetivos planteados por la empresa.
- Staff especializado y capacitado en el extranjero.
- Gran capacidad de convocatoria mediante bases de datos.
- Publicación en revista "La Cámara".
- Invitaciones personalizadas vía correo electrónico.
- Difusión en la aplicación de la CCL para dispositivos móviles.
- Ruedas de Negocio Certificadas con Certificación ISO 9001.

Numix Snacks también contara con esta estrategia de Promoción, participaremos en Ruedas de Negocios, como las organizadas por PROMPERU.

- **Visitas Comerciales**

Para Camerdata (2018):

Las visitas comerciales tienen un factor humano insustituible. Ofrecen confianza al que queremos que sea nuestro cliente. Se establece un contacto cara a cara, incluso hasta cierto colegueo que puede venir muy bien para cerrar acuerdos. En este sentido el factor psicológico y de percepción tiene un papel importante. El cliente puede llevarse una buena (o mala) impresión de nosotros, comprobar nuestra profesionalidad y seriedad, explicarle las maravillas de nuestros productos o servicios y preocuparnos por solucionar sus problemas o necesidades.

En Numix Snacks se realizan las visitas comerciales, es decir la de mantener un contacto directo con nuestro cliente para que pueda confiar en nosotros y nuestro producto.

- **E-Commerce**

El comercio electrónico hoy en día es fundamental y lo estamos viviendo actualmente con la crisis del Covid-19 que esto se ha incrementado

notablemente, en la que todos los negocios han pasado de manera física a manera virtual una realidad que frente a la crisis doble su participación en el internet. Por ello Numix Snacks también está presente en las diferentes plataformas.

Entre estas plataformas tenemos:

Página Web:

En Numix Snacks hemos creado una página Web para que los clientes podrán ingresar y visualizar nuestro producto. Se han incorporado imágenes, nuestra misión, visión, contactos y medios de pago en caso quieran realizar compras on-line.

Dominio: <https://numixsnacks.wixsite.com/numixsnacks2020>

Figura 15: Página Web de la empresa Delicias S.A.C.

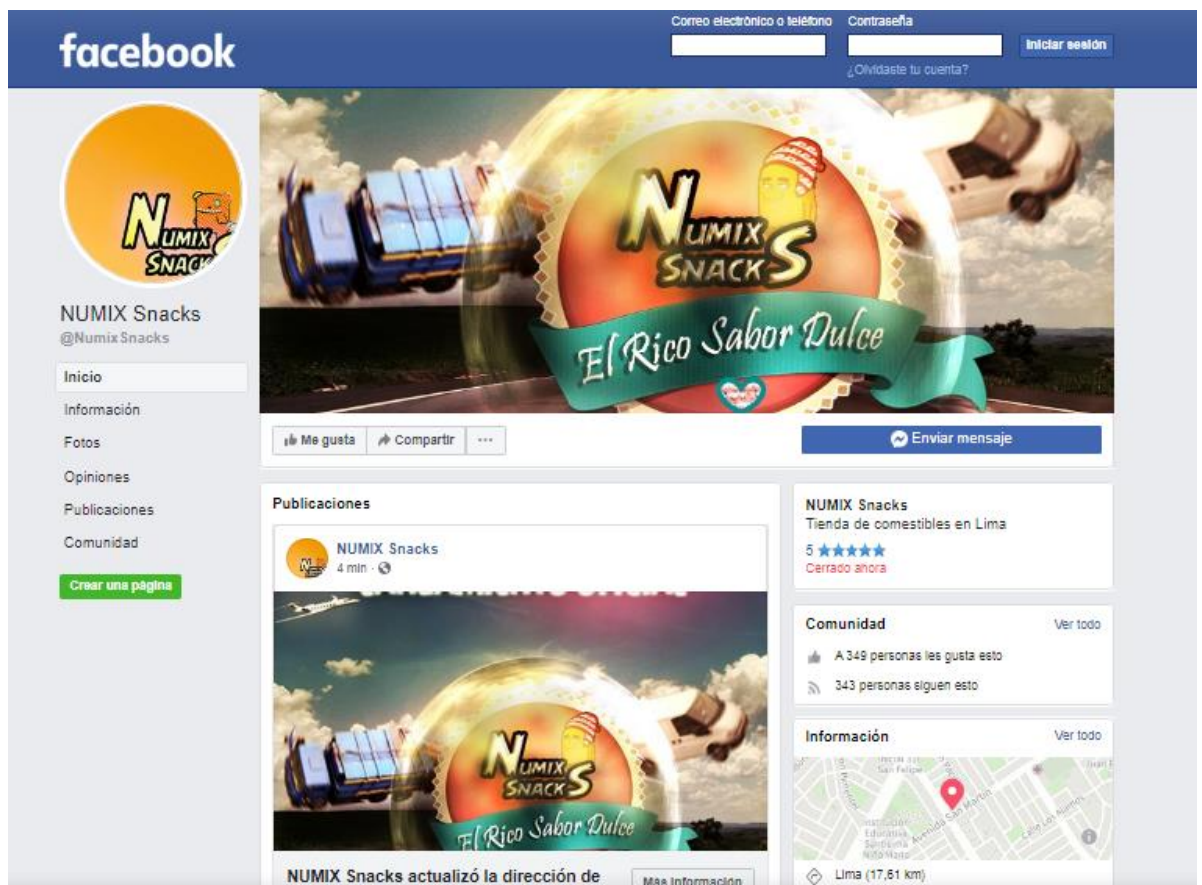


Fuente: Elaboración Propia.

Facebook:

En Numix Snacks hemos creado una página en Facebook ya que es una red social muy utilizada hoy en día, ahí podemos dar a conocer nuestro producto y que nuestros clientes puedan escribirnos. También brindaremos nuestras promociones y responderemos mensajes de las inquietudes.

Figura 16: Página de Facebook de la empresa Delicias S.A.C.



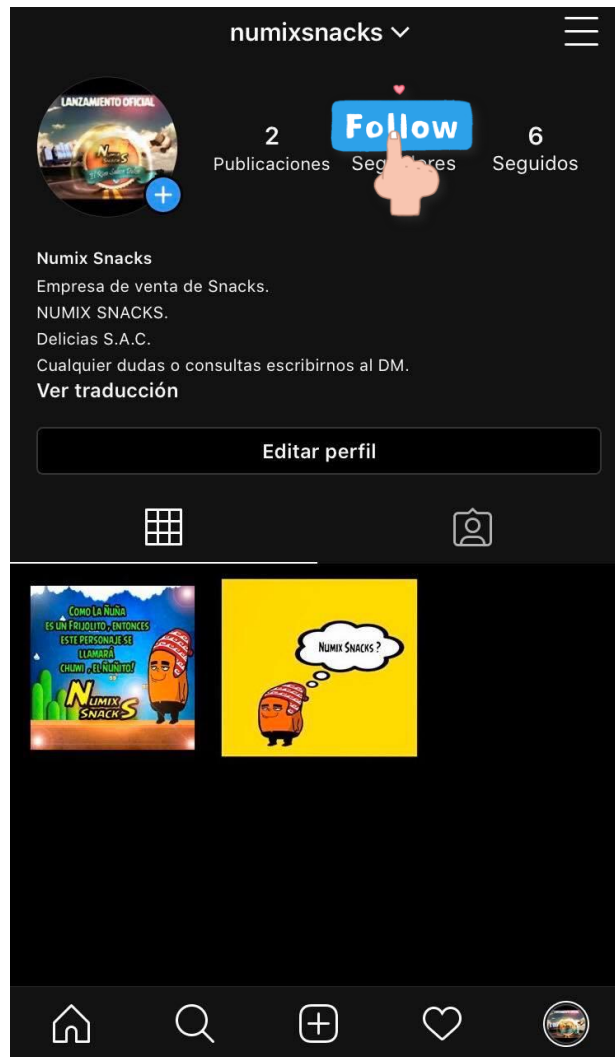
Fuente: Elaboración Propia.

Síguenos en Facebook como: **NUMIX SNACKS**

Instagram:

Es también una red social muy usada en este tiempo, por ahí ahora las empresas crean su perfil y dan conocer sus productos, sus ofertas y lograr llegar a su público objetivo. Es por ello que Numix Snacks no podía dejar de estar cuenta en esta plataforma.

Figura 17: Página de Instagram de la empresa Delicias S.A.C.



Fuente: Elaboración Propia.

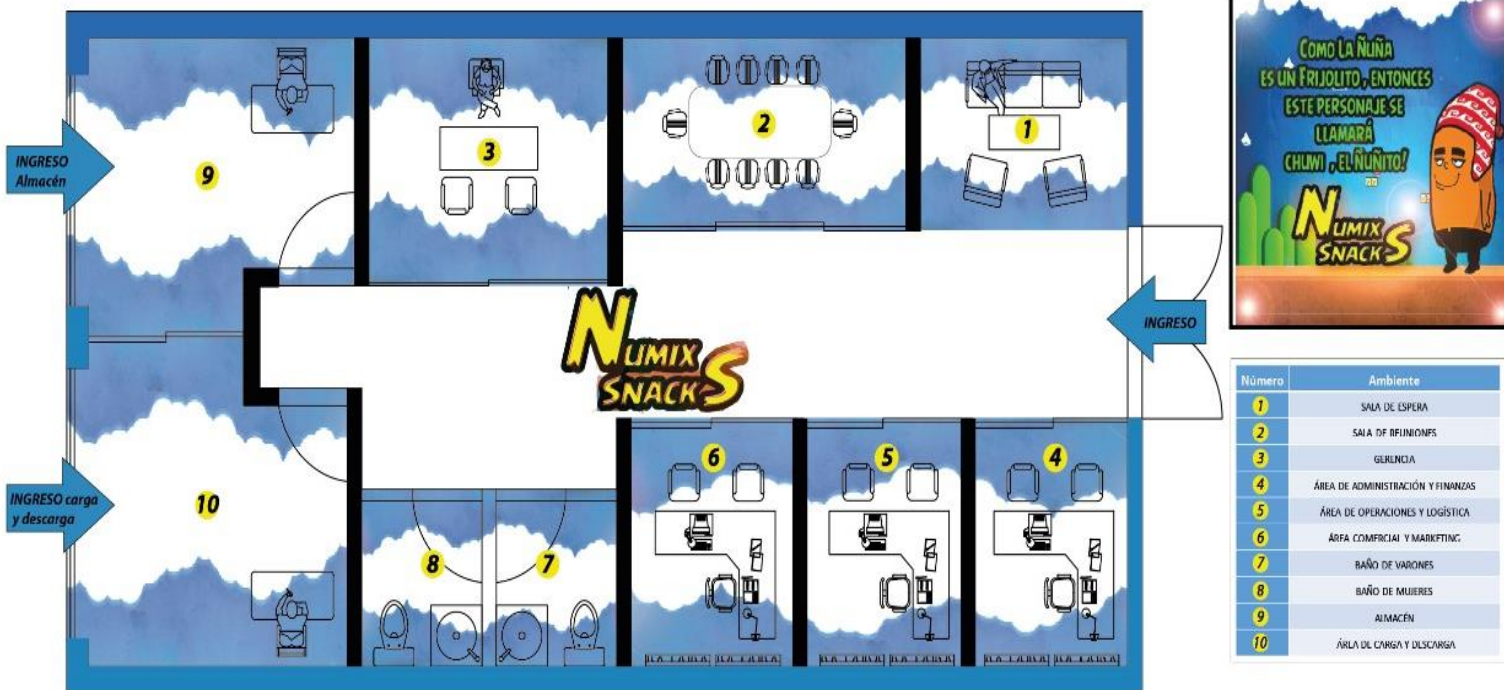
Síguenos en Instagram como: **NUMIX SNACKS**

3.6. Tamaño de planta. Factores condicionantes.

La empresa Delicias S.A.C. – Numix Snacks, por ser una empresa que recién ingresara al mercado para reducir los costos, terciarizara el proceso de producción, por lo cual no contaremos con planta de producción, pero si contaremos con un ambiente adecuado para que laboren los integrantes de la empresa.

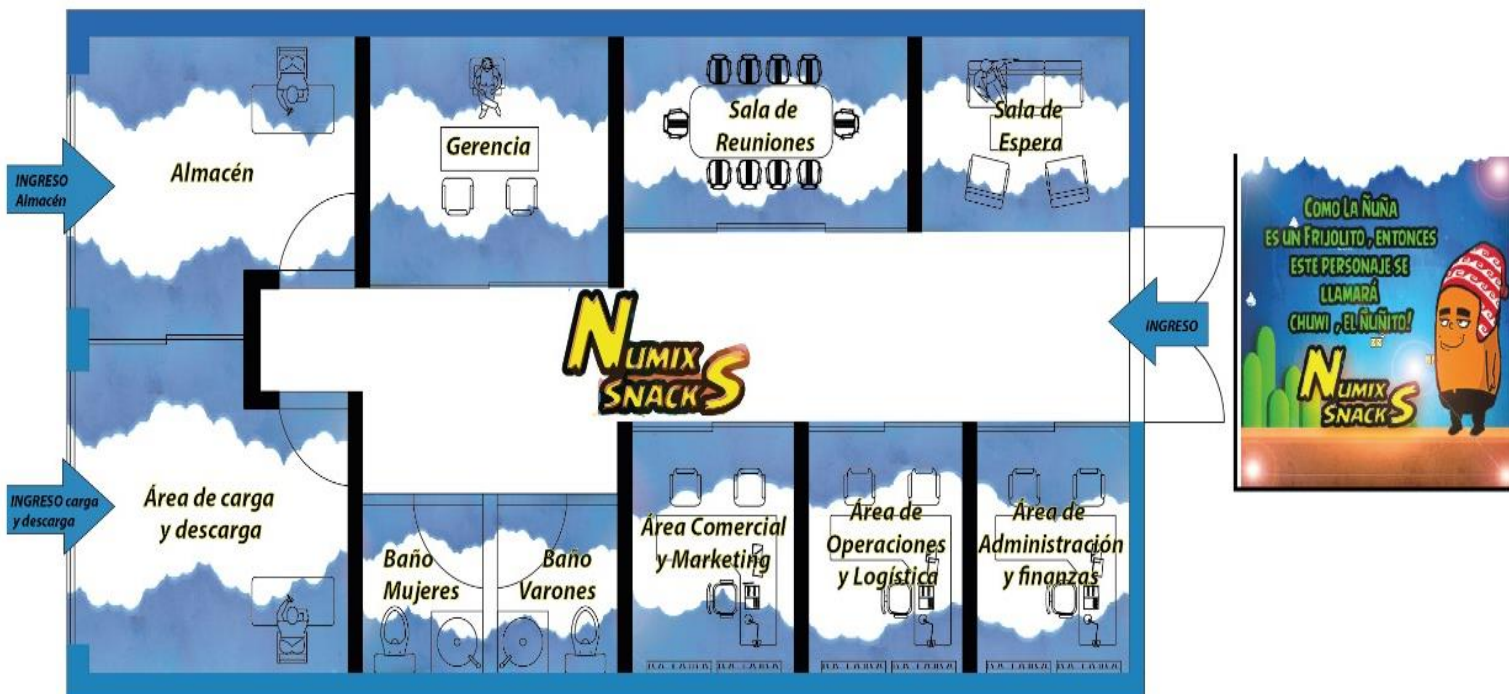
Se detallara el plano de la empresa:

Figura 18: Distribución de la empresa Numix Snacks – Forma 1



Fuente: Elaboración Propia.

Figura 19: Distribución de la empresa Numix Snacks – Forma 2



Fuente: Elaboración Propia.

Número	Ambiente
--------	----------

1	INGRESO
2	SALA DE ESPERA
3	SALA DE REUNIONES
4	AREA DE ADMINISTRACION Y FINANZAS
5	AREA DE OPERACIONES Y LOGISTICA
6	AREA COMERCIAL Y MARKETING
7	BAÑO DE HOMBRES
8	BAÑO DE MUJERES
9	GERENTE GENERAL
10	ALMACEN
11	AREA DE CARGA Y DESCARGA

Se realizó el plano de la empresa Delicias S.A.C. para poder iniciar sus operaciones en el proceso de exportación de snacks de ñuña dulce.

La empresa encargada de realizar el servicio de maquila será MORAN ALIMENTOS DEL PERÚ, se eligió a esta empresa porque trabajo con productos conocidos y es reconocida por su servicio de calidad. A continuación una breve explicación de la empresa.

Morán alimentos del Perú S.A.C. Orienta su proceso de producción al cuidado y conservación de alimentos de origen vegetal a través de cuidados intensivos mediante el cual se genere un producto de garantía en cuanto a inocuidad y calidad sanitaria. La empresa ofrece productos de buena calidad caracterizándose por su cumplimiento, su fiabilidad y su firme orientación hacia la satisfacción plena de las necesidades de los clientes.

RUC: 20562801201

Dirección Legal: Cal. Independencia Nro. 110

MISION

Producir y comercializar alimentos oriundos del Perú, orientándonos hacia el deleite de nuestros clientes y consumidores, brindándoles calidad, bajo normas y estándares de seguridad alimentaria como principio fundamental.

4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

Para Mercado, D. (2011):

Para cualquier empresa exportadora, las relaciones con los clientes y conservar sus actividades comerciales son las que mantienen la rentabilidad de la empresa exportadora en el largo plazo. Así mismo la actividad logística responde de forma inmediata a los requerimientos que son necesarios al momento de iniciarse el ejercicio comercial que existe entre empresas u organizaciones exportadoras o importadoras. Esta respuesta exige una plena sincronización entre los compromisos de entrega negociados y la capacidad real de la cadena de suministro que se establece entre las partes.

4.1. Envases, empaques y embalajes

4.1.1. Envase

En la empresa Delicias S.A.C. los snacks naturales a base de ñuña dulce serán representados en una bolsa de polipropileno, metalizado y con sello pouch. Se optó por esta bolsa ya que es un envase practico, es resistente a los golpes y puede conservar nuestro producto en buenas condiciones. Otras características es que es atractivo al consumidor, protege a nuestro producto. El envase es un elemento primordial para la comercialización.

Figura 20: Diseño y medidas del Envase del Producto



Fuente: Elaboración propia

Es un envase muy utilizado en la industria de los snacks y muy llamativo. Para continuar con la descripción del envase, a continuación se mostrara la tabla con las medidas del envase seleccionado para los snacks.

Tabla 44: Medidas del envase del producto

Medidas del envase del producto	
Altura	12 cm
Ancho	3 cm
Largo	8 cm
Peso	42 gr.
Color de envase	Amarillo opaco
Material	Polipropileno

Fuente: Elaboración propia

Como se detalla en la tabla en mención líneas arriba, estas son las medidas del producto, las que podrán facilitar su adecuada distribución en el proceso de exportación. Como se detalló en la “Tendencia de Consumo” el consumidor hoy en día consumen muchos snack, y observa mucho la calidad del envase, ya que, sus optan por comprar productos de calidad y la impresión del envase es también lo primero que uno observa en el producto.

Para Dinero (2018):

Las empresas que se dedican al negocio de macrosnacks han sabido responder al rápido cambio de tendencias que impone el mercado y que apuntan al consumo de productos naturales y nutritivos. José Fernando Ochoa, vicepresidente de marketing de Colombina, dice que este mercado presenta índices crecientes en volúmenes y una valorización de su portafolio; a la vez que se evidencia un crecimiento relevante en el consumo de pasabocas saludables, lo que ha generado un ambiente propicio para la innovación con diferentes propuestas que dinamizan el mercado.

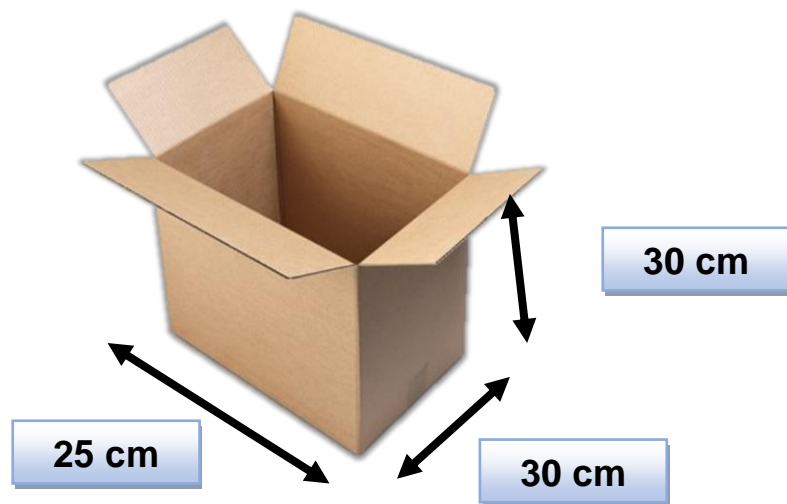
De acuerdo a lo mencionado por Dinero, se puede concluir que el negocio de Snacks en Colombia está creciendo significativamente, y no solo en Colombia en varios países del mundo, ya que, es un producto que lo podemos consumir en cualquier momento del día, en cualquier momento y más si es un producto natural con muchos beneficios.

4.1.2. Empaque

El envase del producto ira protegido con cajas de cartón corrugado, muy conocidas en el mercado como la “Caja master”. Esta caja está formada por la unión de tres papeles: el externo que viene a ser la tapa o cara, el intermedio onda y el interno contratapa o contracara.

La “Caja master” va a contener 60 unidades del producto y las medidas son:

Figura 21: Medidas del empaque del producto



Fuente: Elaboración propia

Tabla 45: Medidas del empaque del producto

DETALLE	MEDIDAS
Ancho	25 cm.

Largo	30 cm.
Alto	30 cm.
N° de unidades por Ancho de caja	2 unidades
N° de unidades por largo de caja	15 unidades
Pisos	2 pisos
N° de envases por caja	60 unidades
Peso neto	42gr x 60 unidades =2520 gr 2520 / 1000 =2.52 kilogramos
Peso bruto	3.5 kilogramos

Fuente: Elaboración propia

4.1.3. Embalaje

Para SIICEX (2009):

Es cualquier medio material para proteger una mercancía para su despacho o conservación en almacenamiento. Está conformado por materiales manufacturados a través de métodos aplicados, generalmente con medios mecánicos, que tienden a lograr la protección en la distribución de mercancías a largas distancias protegiéndolas de los riesgos de la carga, transporte, descarga, de los cambios climáticos, bacteriológicos, biológicos en general e incluso contra el hurto, asimismo evita mermas, derrames y en definitiva averías con lo cual beneficia no sólo al vendedor y al comprador, sino también al asegurador y transportista.

De acuerdo a lo mencionado por SIICEX es proteger la mercancía para el despacho, y una mejor distribución. Es por ello que utilizaremos pallets de madera para poder así facilitar el manipuleo de la carga. El pallet que utilizaremos será americano o también llamada universal. Las medidas de este pallet son: 1200 x 1000 mm, y con un peso alrededor de los 25 kg.

Figura 22: Medidas de la paleta Americana o Universal



Fuente: Extraída de Google

Para Transeop (2020):

Tanto el pallet americano como el europeo pueden ser fabricados con distintos materiales. El material más utilizado con el fin de fabricar un pallet americano es y será siempre la madera, pese a que el uso de este material requiere que estas plataformas se encuentren bajo el control de la normativa NIMF 15, que vigila la fabricación y el tratamiento de este tipo de pallets. La normativa NIMF 15 es una disposición anti-plagas creada por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura que pretende evitar completamente el contagio de plagas entre países, hecho que puede tener lugar en el transporte de los componentes o elementos.

Además, la NIMF 15 indica que los pallets de madera deben fabricarse con madera descortezada, aparte de pasar por un determinado tratamiento fitosanitario cada cierto tiempo, de manera que reciben el término distintivo "EPAL" como certificado de calidad fitosanitaria.

En consecuencia, la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) ha establecido ciertas directivas para este tipo de plataformas y, en general, para todo el embalaje de artículos

que esté producido de madera. Entre estas directrices se encuentra la de realizar controles fitosanitarios para los palets de madera, como hemos señalado. Dichos controles se realizan a partir de la fumigación y/o esterilización de palets bajo el NIMF 15.

Los palets son sometidos a un tratamiento que consiste en calentar las plataformas a unos 56 grados durante un mínimo de 30 minutos, es decir, el tiempo necesario que se requiere para eliminar por completo las posibles plagas que pueda contener el pallet.

En Perú, todos los embalajes de madera tienen que tener el sello donde certifique haber sido fumigado o que se ha realizado el tratamiento térmico, este sello lo otorga SENASA.

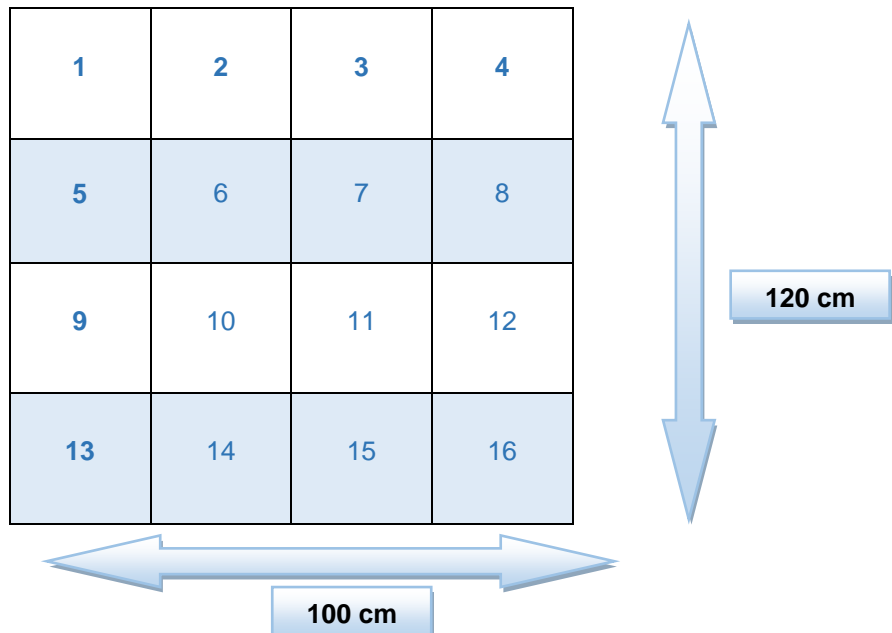
Para SENASA (2020):

“Directriz para reglamentar el embalaje de madera utilizado en el comercio internacional”. La presente norma describe las medidas fitosanitarias para reducir el riesgo de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias relacionadas con el embalaje de madera (incluida la madera de estiba), fabricado de madera en bruto de coníferas y no coníferas, utilizado en el comercio internacional (NIMF N° 15) NORMAS NACIONALES

La Normativa nacional tiene como objetivo reducir el riesgo de introducción y/o diseminación de plagas cuarentenarias relacionadas con embalajes de madera, especificar los procedimientos fitosanitarios para la autorización de funcionamiento y ejecución de los tratamientos a los embalajes de madera para la exportación; así como los procedimientos para el ingreso al país de mercadería con embalajes de madera (Resolución Directoral N° 105-2005-AG-SENASA-DGSV, Resolución Directoral N° 350-2005-AG-SENASA-DGSV, Resolución Directoral N° 518-2005-AG-SENASA-DGSV y Resolución Directoral N° 017-2006-AG-SENASA-DSV).

Es por ello que es de suma importancia cumplir con esta norma, ya que es un requisito fundamental para ingresar al mercado destino. Es por ello, que a continuación, mostrare la distribución de las cajas en el pallet.

Figura 23: Distribución de cajas por pallet



Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la Figura líneas arriba, el pallet contara con 5 niveles cajas apiladas como máximo por pallet. Cabe mencionar que se utilizara el pallet americano la cual cuenta con medidas de 100cm ancho x 120cm largo, se colocaran en cada nivel con 16 cajas, dando un total de 80 cajas por pallet.

Después de haber apilado todas las cajas en el pallet, procedemos a utilizar el plástico más utilizado para patelizar o llamado también "Stretch Film", la cual es un producto transparente que ayuda a inmovilizar las cajas en el pallet; también es muy rentable y garantiza que la mercancía llegue en buen estado al mercado destino.

Figura 24: Stretch Film



Fuente: Extraída de Google

4.2. Diseño del rotulado y marcado

4.2.1. Diseño del rotulado

Para SENASA, (2020):

Rotulación es toda inscripción, leyenda, imagen o toda materia descriptiva o gráfica que se halle escrita, impresa, estarcida, marcada en relieve o hueco grabado o adherida al envase de un alimento.

Para INDECOPI, (2013):

El rótulo de los productos es cualquier marbete, marca u otra materia descriptiva o gráfica, que se haya escrito, impreso, estarcido, marcado en relieve o en bajo relieve o adherido al producto, su envase o empaque, destinada a informar al consumidor sobre las características de un alimento. El rotulado tiene por objeto suministrar al consumidor información sobre las características particulares de los productos, su forma de elaboración, manipulación y/o conservación, sus propiedades y su contenido.

En lo que respecta al mercado en destino, en este caso Colombia es importante cumplir con todas las regularizaciones que exigen para que pueda ingresar el producto al mercado. Estas requieren que en la etiqueta cumplan con una serie de características que las mencionaremos líneas abajo y a su vez esta tiene que estar en idioma español.

Para Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos Colombia (2015):

Se debe verificar que los rótulos o etiquetas de los alimentos para consumo humano, cumplan con los siguientes requisitos:

Tabla 46: Requisitos generales que deben cumplir los rótulos o etiquetas en Colombia

Requisitos generales que deben cumplir los rótulos o etiquetas
No debe presentar el producto de forma falsa, equívoca o engañosa, ni susceptible de crear una impresión errónea de la naturaleza o inocuidad del producto.
No debe presentar palabras, ilustraciones o representaciones gráficas que hagan alusión a propiedades medicinales, preventivas o curativas que puedan dar lugar a apreciaciones falsas sobre la naturaleza, origen, composición o calidad del alimento.
No debe estar en contacto directo con el alimento (salvo en los casos autorizados por el INVIMA).
Si declara que su contenido es 100% natural, no debe contener aditivos (Exceptuando los jugos y pulpas de frutas únicamente para la adición de ácido ascórbico. Artículo 11, Resolución 7992 de 1991).
No debe contener palabras, ilustraciones o representaciones gráficas que se refieran o sugieran de forma directa o indirecta otro producto, ni en forma que pueda inducir al consumidor o comprador que se relaciona en alguna forma con otro producto.

Fuente: Adaptado INVIMA con lo estipulado en el Artículo 4 de la Resolución 5109 de 2005.

A continuación se detallara la información que debe contener el rótulo o etiqueta de acuerdo al INVIMA de los alimentos envasados o empacados:

Tabla 47: Información que debe contener el rotulo o etiqueta - Colombia

LISTADO	Detalle	NUMIX SNACKS
Nombre del alimento	El nombre debe indicar la verdadera naturaleza del alimento. Debe contener las palabras o frases adicionales para evitar que se induzca a error o engaño al consumidor	Ñuña dulce en base a ñuña.

	con respecto a la naturaleza y condición física del alimento.	
Lista de ingredientes	La lista de ingredientes se debe encontrar en el rotulado del alimento (excepto en alimentos de un único ingrediente), encabezada o precedida por un título que consista en el término “ingrediente” o incluya dicha palabra.	Los ingredientes por el cual fue elaborado el snack. Los ingredientes son: Ñuña, miel, aceite.
Contenido neto	Expresado en unidades del sistema métrico decimal o del sistema internacional.	El producto contiene 42 gramos o 42 gr.
Nombre y dirección	Debe indicar el nombre o la razón social y la dirección del fabricante, envasador o reempacador del alimento, precedido de la expresión “FABRICADO” o “ENVASADO POR”, según corresponda. Si el producto es importado, debe especificar la información del importador. - Nombre del alimento. - Contenido neto. - Nombre y dirección del fabricante o importador. - Nombre y dirección del fraccionador, reenvasador o empacador. - Número o código del lote de producción. - Fecha de vencimiento y/o duración mínima. - Sistema de conservación.	Indicar país de origen en forma clara y visible. “Hecho en Perú”, así como la dirección donde se fabricó.
Identificación del lote	Todo envase debe contener grabado o marcado, de forma visible, legible e indeleble la palabra “Lote” o la letra “L”, junto con la información que permita identificar la fecha de producción o fabricación, fecha de vencimiento, fecha de duración mínima, fábrica productora y el lote (puede tratarse de un código alfanumérico).	Fecha de producción o fabricación del Snack.
Fecha e instrucciones para la conservación	La fecha de vencimiento y/o de duración mínima debe estar grabada o marcada de forma visible, legible e indeleble. No se permite su declaración en adhesivo o sticker.	Fecha de vencimiento. El plazo de duración se indicará en términos de días o de Meses o de años.

Información nutricional	Obligatoria y debe estar en la etiqueta del producto o en una etiqueta adjunta al envase.	Cantidad de calorías del producto, las grasas (saturadas, insaturadas, Hidrogenas), colesterol, sodio, hidratos de carbono, proteínas y notas al pie de la etiqueta.
Registro sanitario	El funcionario de la Entidad Territorial de Salud, debe verificar que contenga el Registro Sanitario del producto, exceptuando los productos alimenticios indicados en el Artículo 37 de la Resolución 2674 de 2013.	Número de registro sanitario.
Instrucciones de uso	Instrucciones de cómo se utilizara el producto.	Snack.

Fuente: Elaboración propia en base al INVIMA

Presentación de la etiqueta para Colombia:

Figura 25: Etiqueta de NUMIX SNACKS





Fuente: Elaboración propia

4.2.2. Diseño del mercado





Para Informa BTL, (2017):

Para realizar un correcto transporte de mercancías es necesario marcar adecuadamente el embalaje. Dado que, esta marcación permitirá proteger, transportar, almacenar y manipular apropiadamente una gran cantidad de empaques y embalajes.

Existen tres tipos de marcas para el transporte de mercancías:

Tabla 48: Tipos de marcas para el transporte de mercancías y aplicación

TIPOS DE MERCADO	DEFINICION	APLICADO EN NUMIX SNACKS
Marcas estándar o de expedición	Estas marcas, contienen información sobre el importador, destino, dirección, número de referencia, número de unidades, etcétera.	<ul style="list-style-type: none"> • Importador: OXO Colombia • Dirección: Calle 11 No 3-57/59, 11001, Bogotá Colombia. • Puerto de descarga: Buenaventura - Colombia
Marcas informativas	Este tipo de marcas señalan información adicional que aparece en el empaque o	<ul style="list-style-type: none"> • Exportador: Delicias S.A.C. • Puerto de embarque:

	<p>embalaje como: País de origen, puerto de salida, puerto de entrada, peso bruto, peso neto, dimensiones de las cajas, entre otros.</p>	<p>Callao – Perú.</p> <ul style="list-style-type: none"> • País de origen: Perú. • N° de bultos: 60 unidades • Peso neto: 2.52 kg. • Peso bruto: 3.5 kg. • Dimensiones de la caja: 30 cm x 25 cm x 30 cm
<p>Marcas de manipulación</p>	<p>Por otro lado, estas marcas indican el manejo y advertencias en el momento de manipular o transportar la carga, en este caso se utilizan símbolos pictóricos internacionalmente aceptados.</p>	<p>Pictogramas para las cajas y para las paletas</p>
		<div style="text-align: center;">  <p>Fragil</p> </div>
		<div style="text-align: center;">  <p>Proteger humedad</p> </div>
		<div style="text-align: center;">  <p>Hacia arriba</p> </div>
<div style="text-align: center;">  <p>Proteger del calor</p> </div>		



Fuente: Elaboración propia en base a Imágenes de Google y InformaBtl

4.3. Unitarización y cubicaje de la carga

Para PromPerú, (2018):

Como parte de las operaciones de distribución, es la agrupación de mercancías en unidades superiores de carga y acondicionamiento, con el fin exclusivo de facilitar su transporte, conservando su integridad durante el tiempo que dure su movilización. Su uso es válido tanto para el mercado interno como para el internacional. Lo principal de la Unitarización es, conseguir asegurar la total integridad de las mercancías durante su transporte y manipulación, lo cual supone un procedimiento de seguridad imprescindible para la Supply Chain

Unas de las modalidades más comunes de Unitarización de la carga son la paletización y la contenedorización. Tanto el uno como el otro son métodos que facilitan en gran medida el trabajo de los operadores para la preparación de pedidos al reducir hasta un 80% el tiempo de manipulación.

Para la exportación de los snacks naturales a base de ñuña dulce al mercado de Bogotá, Colombia, se cotizo el envío de 240 cajas de cartón

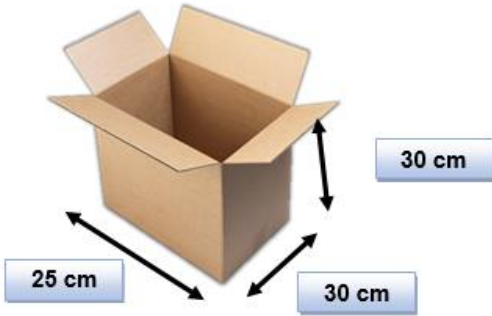

master, en la que cada una cuenta con 60 unidades del producto, y se realizara en 3 paletas, y se utilizara el “LCL” (Less Container Load, por sus siglas en inglés) o también llamada “Carga parcial”, en transporte marítimo.

Para jmlcorporation, (2014):

LCL (Carga Parcial): Este tipo de carga es para el exportador que no llega a completar un contenedor por lo cual el transportador puede llenar el restante con mercadería de otros expedidores que se encuentran en la misma situación.

En la siguiente tabla se mostrara la información detallada sobre las medidas, pesos y cantidades de las unidades para la caja master y el pallet.

Tabla 49: Medidas para la caja master y el pallet

REPRESENTACION GRAFICA	CARACTERISTICAS
	<p style="text-align: center;">EMPAQUE Y EMBALAJE</p> <p>Cajas de cartón corrugado, muy conocidas en el mercado como la “Caja master”.</p> <p>Medidas: 30 cm x 25 cm x 20 cm</p> <p>Cantidad de unidades por caja: 60 unidades</p> <p>Peso neto por caja: 2.52 kg.</p> <p>Peso bruto por caja: 3.5 kg.</p>
	<p style="text-align: center;">UNITARIZACION</p> <p>Pallet de madera tipo Americano</p> <p>Medida: 120 cm x 100 cm x 12.5 cm</p> <p>Numero de paletas: 3</p> <p>Total de cajas por pallet: 80 cajas</p> <p>Total de unidades por pallet: 4800 unidades</p> <p>Peso neto por paletas: 201.60 kg.</p> <p>Peso bruto por paleta: 305 kg.</p>

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a lo mencionado en la tabla en mención líneas arriba, observamos a detalle que por cada pallet se transportara 4800 unidades del producto. Es parte fundamental de la logística enviar correctamente las mercancías para la distribución en el mercado destino, en este caso Colombia. A continuación se mostrara en la tabla la Unitarización de las mercancías en cajas, pallets y embarques por año.

Tabla 50: Medidas del envase

Medidas del envase		
Largo	8	Centímetros
Ancho	3	Centímetros
Altura	12	Centímetros
Peso neto por envase	42	Gramos

Fuente: Elaboración propia

Tabla 51: Medidas de la caja master

Medidas y peso de la caja master		
Medidas de caja	30*25*30	Centímetros
Largo	30	Centímetros
Ancho	25	Centímetros
Altura	30	Centímetros
N° de unidades por Ancho de caja	2	Unidades
N° de unidades por largo de caja	15	Unidades
Niveles	2	Niveles
Numero de envases por caja	60	Unidades
Peso neto por caja	2.52	Kilogramos
Peso bruto por caja	3.5	Kilogramos

Fuente: Elaboración propia

Tabla 52: Unitarización de la mercancía

Paleta		
Largo	120	Centímetros
Ancho	100	Centímetros
N° de unidades por Ancho de paleta	4	Cajas

N° de unidades por largo de paleta	4	Cajas
Niveles de caja	5	Niveles
Total de cajas por paleta	80	Cajas
Total de unidades por paleta	4,800	Unidades
Peso neto por paleta	201.60	Kilogramos
Peso bruto por paleta	305	Kilogramos
N° de paletas por embarque	3	Palets
N° de unidades por embarque	14,400	Unidades
N° de cajas por embarque	240	Cajas
Peso neto por embarque	604.80	kilogramos
Peso bruto por embarque	915	kilogramos
N° de envíos por año	8	Envíos
N° de unidades anuales	115,200	Unidades
N° de cajas anuales	1,920	Cajas
Peso neto anual	4,838.4	Kilogramos
Peso bruto anual	7,320	Kilogramos

Fuente: Elaboración propia

4.4. Cadena de DFI de exportación

Para Solano, A. (2018):

Conjunto de operaciones que permiten conducir los bienes (carga) desde su lugar de producción, ensamblaje o manufactura, hasta el local del importador en el país de destino requiriendo la utilización y ejecución secuencial de los servicios (cadena de DFI) en un período de tiempo dado (tiempo de tránsito) para el cumplimiento de la orden Justo a Tiempo.

Es por ello que por medio de la Cadena de Distribución Física Internacional (DFI), la cual tiene como propósito elegir la opción más eficiente para movilizar la cantidad correcta de la mercadería desde el puerto del Callao en Perú hasta el Puerto de Buenaventura en Colombia, en el tiempo pactado y a un costo mínimo.

4.4.1. Determinación de requerimiento de insumo e infraestructura

- **Del Insumo**

Como se ha mencionado anteriormente Delicias S.A.C. va a tercerizar el proceso de producción del snack a base de ñuña dulce a través de una empresa de calidad y que cuenta con experiencia en el rubro. Se optó por la opción de realizar el servicio de maquila porque somos una empresa nueva en el mercado y queremos ahorrar costos por inicios de la empresa.

El insumo principal para Delicias S.A.C. es la ÑUÑA o también conocido en el mercado como NUMIA. Los encargados de darnos esta materia prima serán los agricultores de Carhuaz, Ancash. Son los mismos agricultores la cual le proveen de este insumo a los comerciantes del mercado unicachi de Pro. Por otro lado como segunda opción tendríamos a estos vendedores del mercado unicachi ya que se conversó con ellos que también realizan ventas por costales de la ñuña.

El proceso de Producción será a través del servicio de maquila, pero cabe recalcar que este producto será inspeccionado por el encargado de control de calidad de la empresa Delicias S.A.C., con el fin de verificar el producto final tenga todos los requerimientos y especificaciones solicitadas por la empresa.

Tabla 53: Proveedores de la empresa Delicias S.A.C.

Empresa / Agricultores	RUC	Servicio
Agricultores de Carhuaz, Ancash / Sr. Hallasi mercado Unicachi	N/N	Proveedores de la materia prima
Morán alimentos del Perú S.A.C.	20562801201	Servicio de maquila
Plastinort S.A.C.	20504185703	Proveedor de envase y etiquetado

Fuente: Elaboración propia

Los envases para el producto serán comprados en Inversiones Plastinort S.A.C., la cual cuenta con experiencia en el mercado y se encuentra cerca a

nuestras instalaciones. Es una empresa con trayectoria en el mercado, y nos realizara la elaboración con las medidas y características para exportarla.

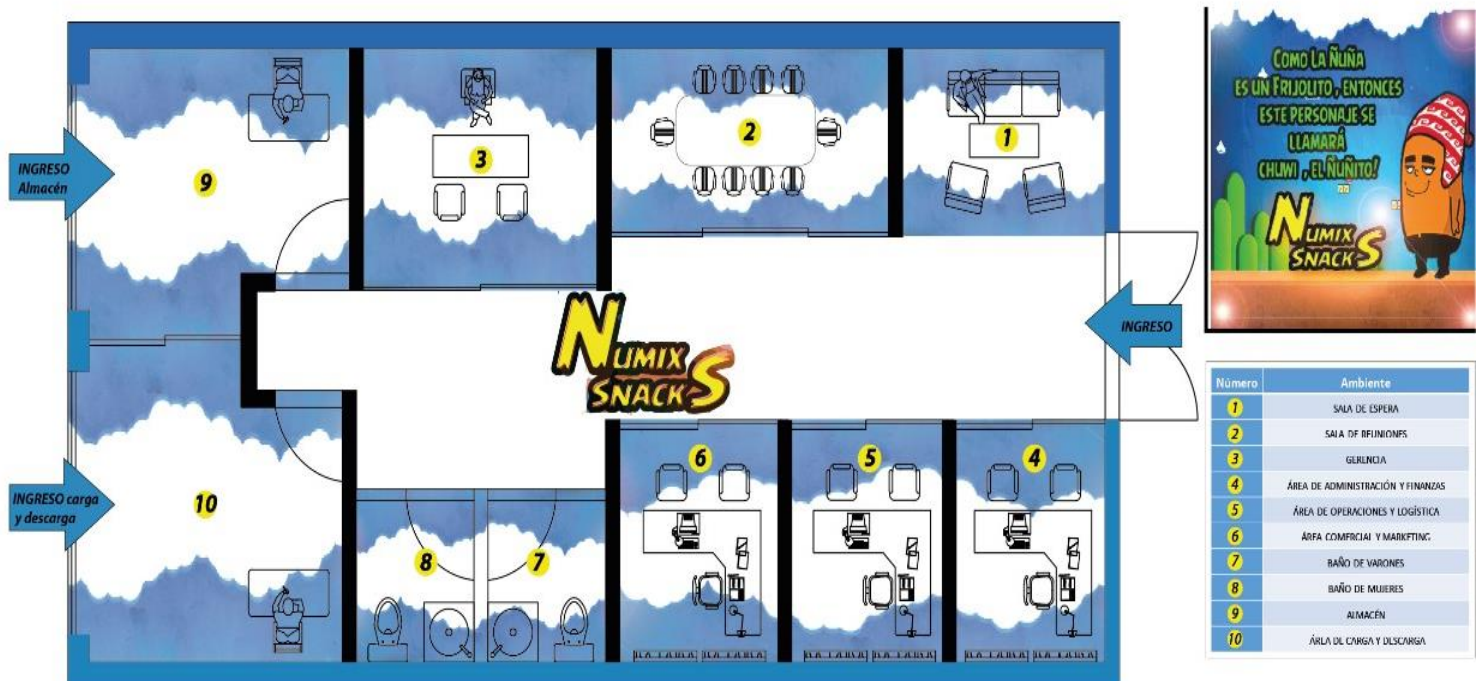
- **De la Infraestructura**

La empresa Delicias S.A.C. se encuentra ubicada en:

- Dirección: Jr. Huascarán 547
- Distrito: La Victoria
- Provincia: Lima
- País: Perú

La empresa Delicias S.A.C. contará con un área de 100 m², se seleccionó el distrito por criterios de evaluación, menor costo de alquiler y cercanía al proveedor de maquila y del envasado y etiquetado. En la distribución de la empresa tendrá 10 ambientes que se observaran en las figuras en mención líneas abajo.

Figura 26: Distribución de la empresa Numix Snacks – Forma 1

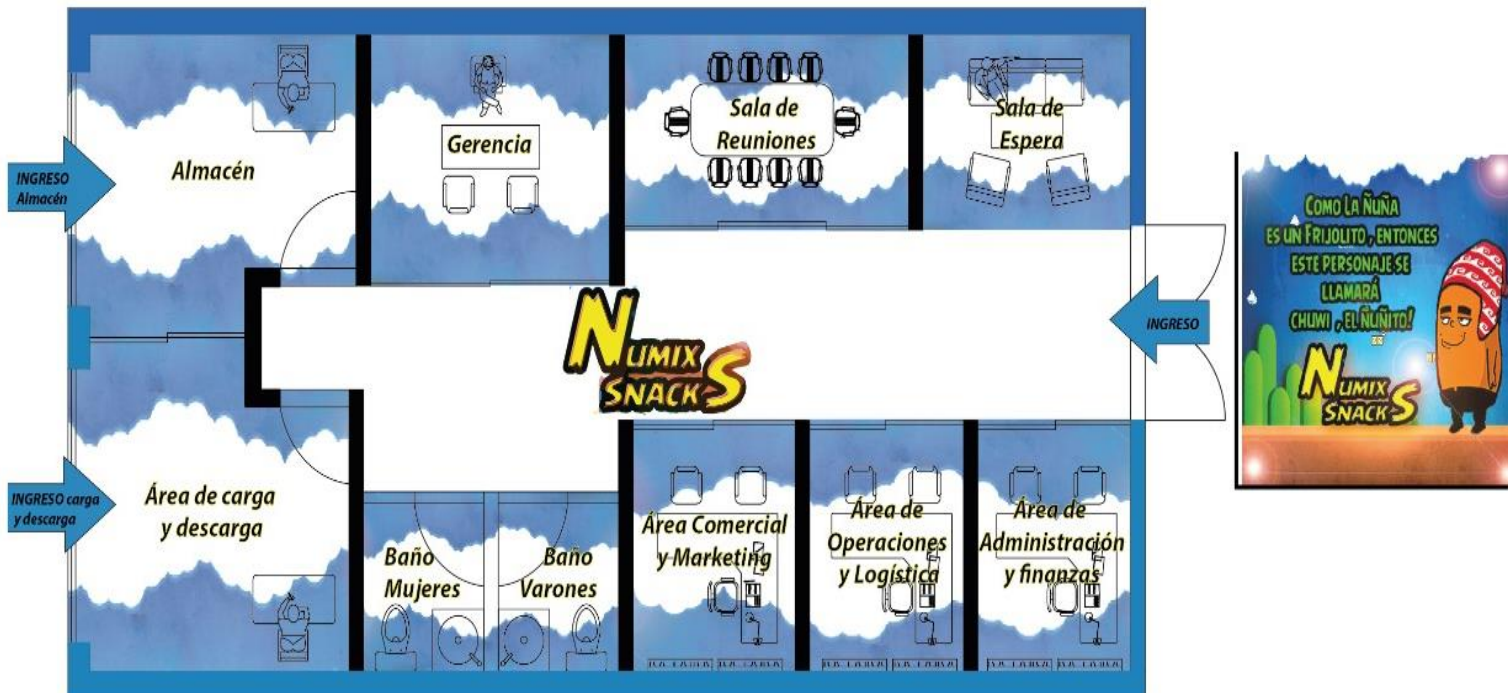


Fuente: Elaboración Propia.

Número	Ambiente
1	INGRESO

2	SALA DE ESPERA
3	SALA DE REUNIONES
4	AREA DE ADMINISTRACION Y FINANZAS
5	AREA DE OPERACIONES Y LOGISTICA
6	AREA COMERCIAL Y MARKETING
7	BAÑO DE HOMBRES
8	BAÑO DE MUJERES
9	GERENTE GENERAL
10	ALMACEN
11	AREA DE CARGA Y DESCARGA

Figura 27: Distribución de la empresa Numix Snacks – Forma 2



Fuente: Elaboración Propia.

4.4.2. Establecer estrategias de suministro

Antes de detallar las actividades de la empresa DELICIAS S.A.C. definiremos que es la cadena de suministro.

Para Blog gs México, (2018):

La gestión de la cadena de suministro se debe ejecutar correctamente para garantizar la satisfacción de los clientes y el éxito de la empresa, ya que la importancia de la cadena radica en que engloba aquellas actividades asociadas con el movimiento de bienes desde el suministro de materias primas, la fabricación y la distribución hasta el usuario final.

De acuerdo a lo mencionado líneas arriba la cadena de suministro engloba todo el proceso hasta el usuario final, es por ello que la empresa Delicias S.A.C. evaluara a sus principales proveedores utilizando el criterio de selección.

A continuación, se evaluarán dos empresas proveedoras de materia prima.

Tabla 54: Criterios para la selección de la empresa proveedora de materia prima

Criterios	Asociación de productores de ÑUÑA – ANCASH	Hallasi Food – Proveedor en mercado Unicachi Pro	Asociación de productores de ÑUÑA – CAJAMARCA
Precio Kg	Bajo	Alto	Medio
Flete	Bajo	Bajo	Alto
Distancia a la planta	Carhuaz - Ancash	Pro Lima	Cajamarca
Puntualidad	Muy buena	Buena	Buena
Experiencia	15 años	8 años	13 años
Capacidad de suministro mensual	40 TN	20 TN	30 TN

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 55: Ponderación para la selección de la empresa proveedora de materia prima

Calificación en Rango: 1 Muy malo – 5 Muy bueno

Criterios	Importancia en %	Asociación de productores de ÑUÑA – ANCASH	Puntaje 1	Hallasi Food – Proveedor en mercado Unicachi Pro	Puntaje 2	Asociación de productores de ÑUÑA – CAJAMARCA	Puntaje 3
Precio Kg	28%	5	1.40	3	0.84	4	1.12
Flete	18%	4	0.72	4	0.72	2	0.36
Distancia a la	14%	3	0.42	4	0.56	2	0.28

planta							
Puntualidad	12%	5	0.60	4	0.48	4	0.48
Experiencia	12%	5	0.60	3	0.36	4	0.48
Suministro	16%	5	0.80	3	0.48	4	0.64
TOTAL	100%		4.54		3.44		3.36

Fuente: Elaboración Propia.

Como se observa en la tabla en mención líneas arriba, se realizó la ponderación para la selección de la empresa la cual nos va a proveer de materia prima y la que obtuvo el mayor puntaje fue la Asociación de productores de ÑUÑA en Carhuaz Ancash.

Ahora se va a realizar el mismo procedimiento para seleccionar la empresa que nos va a proveer del envase para el producto.

Tabla 56: Criterios para la selección de la empresa proveedora del envase

Criterios	Inversiones Bolsas Peruanas S.A.C.	Plastinort S.A.C.	INVERPLAST DEL PERÚ S.A.C.
Precio	Medio	Medio	Alto
Ubicación	Cercado de Lima	Cercado de Lima	Ate
Distancia a la planta	Alta	Alta	Baja
Puntualidad	Alta	Alta	Alta
Experiencia	3 años	18 años	11 años
Variedad	Limitado	Diversa	Diversa

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 57: Ponderación para la selección de la empresa proveedora del envase

Calificación en Rango: 1 Muy malo – 5 Muy bueno

Criterios	Importancia en %	Inversiones Bolsas Peruanas S.A.C.	Puntaje 1	Plastinort S.A.C.	Puntaje 2	INVERPLAST DEL PERÚ S.A.C.	Puntaje 3
Precio	20%	4	0.80	5	1.00	4	0.80
Ubicación	15%	5	0.75	5	0.75	4	0.60
Distancia a la	14%	5	0.70	5	0.70	2	0.28

planta							
Puntualidad	16%	5	0.80	5	0.80	4	0.64
Experiencia	17%	3	0.51	5	0.85	4	0.68
Variedad	18%	3	0.54	4	0.72	4	0.72
TOTAL	100%		4.10		4.82		3.72

Fuente: Elaboración Propia.

Como se observa en la tabla en mención líneas arriba, se realizó la ponderación para la selección de la empresa la cual nos va a proveer del envase y la que obtuvo el mayor puntaje fue Plastinort S.A.C.

Ahora se va a realizar el mismo procedimiento para seleccionar la empresa que nos va a realizar el servicio de maquila.

Tabla 58: Criterios para la selección de la empresa proveedora del servicio de maquila

Criterios	Morán alimentos del Perú S.A.C.	Biologística Perú SAC	Amazon Andes Export SAC
Precio	Medio	Medio	Alto
Certificado	Todos	Todos	Todos
Experiencia	6 años	5 años	8 años
Distancia	Muy buena	Media	Buena
Tiempo de entrega	Cercado de Lima	San Juan de Lurigancho	Miraflores
Capacidad de planta	Muy buena	Buena	Buena

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 59: Ponderación para la selección de la empresa proveedora del servicio de maquila

Calificación en Rango: 1 Muy malo – 5 Muy bueno

Criterios	Importancia en %	Morán alimentos del Perú S.A.C.	Puntaje 1	Biologística Perú SAC	Puntaje 2	Amazon Andes Export	Puntaje 3
Precio	22%	5	1.10	4	0.88	3	0.66
Certificado	15%	5	0.75	5	0.75	5	0.75
Experiencia	16%	4	0.64	3	0.48	5	0.80
Distancia	19%	5	0.95	3	0.57	4	0.76

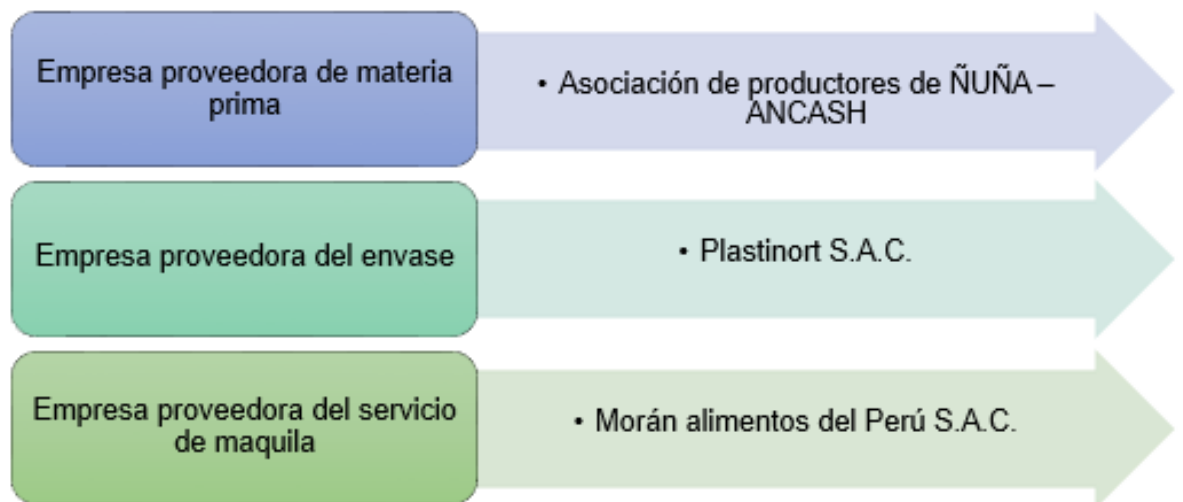
Tiempo de entrega	15%	5	0.75	3	0.45	4	0.60
Capacidad de planta	13%	5	0.65	4	0.52	4	0.52
TOTAL	100%		4.84		3.65		4.09

Fuente: Elaboración Propia.

Como se observa en la tabla en mención líneas arriba, se realizó la ponderación para la selección de la empresa la cual nos va a realizar el servicio de maquila y la que obtuvo el mayor puntaje fue Morán alimentos del Perú S.A.C.

Luego de haber determinado las tres empresas encargadas de los procesos en Delicias S.A.C. detallaremos las estrategias que se emplearan con cada una de ellas.

Figura 28: Empresas seleccionadas para Delicias S.A.C.



Fuente: Elaboración Propia.

- **Suministro de Materia prima**

Se realizara un contrato con vigencia de un año con la empresa Asociación de productores de Ñuña de Ancash, la cual será la encargada de proveernos de la materia prima “ÑUÑA”, que es el principal para poder elaborar el

Snack. Se realizara el contrato por un año para poder determinar sus ventajas y desventajas de trabajar con ellos. Luego de un año realizando un estudio a la empresa se verificara si se renueva o se opta por otro proveedor. Ellos nos venderán la ñuña al por mayor.

En el pago de la materia prima, no se va a incluir el precio del transporte, la empresa lo envía a Lima y se contratara a una empresa para que realice la distribución hasta la empresa que nos va a realizar el servicio de maquila.

Figura 29: Foto de la Ñuña



Fuente: Elaboración Propia.

- **Fabricación**

En el proceso de fabricación, después de haber realizado la selección de la empresa esta será Morán alimentos del Perú S.A.C., la cual se encargara de la transformación de la ñuña en snacks dulces, brindándonos servicio de calidad, en el tiempo establecido y con todos los certificados correspondientes. Por otro lado la empresa Plastinort S.A.C., nos brindara el

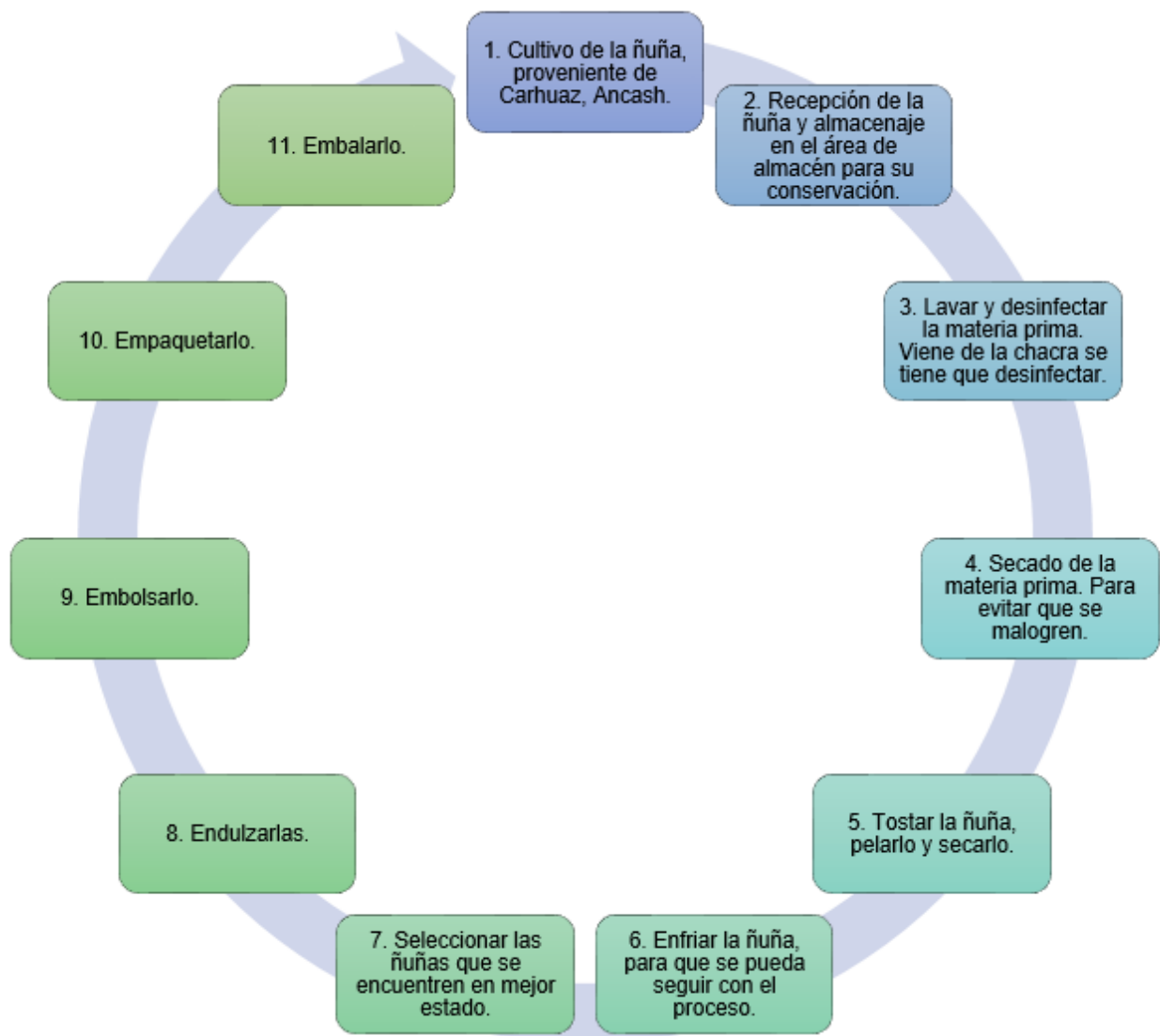
envase y etiquetado, esta será transportada a la empresa que nos realizara el proceso de producción para que nos la entregue como un Snacks.

Se eligieron a estas empresas por su experiencia en el rubro, brindándonos confianza en que el producto será 100% de calidad y con total responsabilidad de entrega.

- **Determinación del proceso productivo**

Determinaremos como se realizara el proceso productivo para los Snacks dulces a base de ñuña.

Figura 30: Proceso productivo de snacks de Ñuña



Fuente: Elaboración Propia.

- **Distribución:**

Luego de realizado el proceso de producción, envasado y empaquetado se procederá a recoger la producción del snack en la empresa Morán alimentos del Perú S.A.C., la cual es la encargada del servicio de maquila. Se contratara a la Agencia de transporte Transmar Cargo E.I.R.L., esta se encargara de recoger el producto final, para trasladarlo a las instalaciones de Delicias S.A.C., para que sea guardado en sus almacenes.

4.4.3. Requisitos de acceso al mercado objetivo

Detallaremos las instituciones que se encargaran de aprobar la exportación del producto, así como también que solicita el mercado objetivo para poder acceder al país.

Instituciones encargadas en Perú:

Tabla 60: Instituciones en Perú

Entidad	Funciones / Finalidad
Dirección general de salud ambiental - DIGESA	Proponer normas, lineamientos, metodologías, protocolos y procedimientos en materia de salud ambiental e inocuidad alimentaria; y para otorgar autorizaciones, permisos, registros, certificaciones, notificaciones sanitarias obligatorias y opiniones técnicas en el marco de sus competencias, así como realizar el seguimiento y monitoreo de su implementación.
Superintendencia nacional de aduanas y administración tributaria - SUNAT	Tiene finalidad la implementación, la inspección y el control del cumplimiento de la política aduanera en el territorio nacional y el tráfico internacional de mercancías, personas y medios de transporte, facilitando las actividades aduaneras de comercio exterior y asegurando la correcta aplicación de los tratados y convenios

	internacionales y demás normas que rigen la materia.
Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) : Cámara de Comercio de Lima (CCL) / Asociación de Exportadores (ADEX) / Sociedad Nacional de Industrias (SIN)	Existen distintos gremios empresariales autorizados por el MINCETUR para brindarnos el certificado de origen, estos son: Cámara de Comercio de Lima (CCL) / Asociación de Exportadores (ADEX) / Sociedad Nacional de Industrias (SIN). La empresa tendrá que obtener el Certificado de Origen para que el importador se pueda acoger a los beneficios arancelarios. Debemos aprovechar que Perú y Colombia cuentan con el tratado de libre comercio, para poder certificar con ello que nuestro producto al ser de origen Peruano se acoge a las preferencias arancelarias.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 61: Instituciones en Colombia

Entidad	Funciones
Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia - MINSALUD	El Ministerio de Salud y Protección Social tiene la función de rectoría al crear las condiciones ambientales y el marco normativo necesario para regular las actividades de la industria alimentaria en el pleno interés de productores y consumidores Dirige el sistema de salud y protección social en salud, a través de políticas de promoción de la salud, la prevención, el tratamiento y la rehabilitación de la enfermedad y el aseguramiento, así como la coordinación intersectorial para el desarrollo de políticas sobre los determinantes en salud. Busca la promoción de una alimentación balanceada y saludable y regula las acciones para garantizar el derecho a la alimentación sana con equidad en el curso de la vida, mediante la reducción y prevención de la malnutrición, el control de los riesgos sanitarios y fitosanitarios de los alimentos y la gestión intersectorial de la seguridad alimentaria y nutricional con perspectiva territorial.
Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos -	Es la Autoridad Sanitaria Nacional en Alimentos y Bebidas que hace cumplir las directrices dadas por el Ministerio de Salud y Protección Social, en el procesamiento de alimentos, la importación y exportación de alimentos, las plantas de beneficio de animales, de los centros de acopio de leche y de las plantas de procesamiento de leche y sus derivados, así como del transporte

<p>INVIMA</p>	<p>asociado a estas actividades. Ejerciendo las funciones de inspección, vigilancia y control a los establecimientos productores y comercializadores de los productos. Otorga visto bueno sanitario a la importación y exportación de los productos de su competencia, previo el cumplimiento de los requisitos establecidos en las normas vigentes.</p> <p>Para la comercialización de productos importados en Colombia requerirán de los siguientes requisitos sanitarios que deben cumplir los importadores en los sitios de ingreso, de conformidad con la reglamentación que expida el Ministerio de Salud y Protección Social:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contar con el visto bueno de importación expedido por el INVIMA. • Los alimentos objeto de importación deben estar amparados con el registró, permiso o notificación sanitaria, expedido por el INVIMA. • Los alimentos que estén exceptuados de registro, permiso o notificación sanitaria y las materias primas importadas, que sean utilizados exclusivamente para la industria y el sector gastronómico en la elaboración y preparación de alimentos, deberán diligenciar la información relativa a dicho uso, en el formato definido por el INVIMA. • Presentar el Certificado Sanitario del país de origen. Únicamente se puede aceptar la presentación del Certificado de Venta Libre (CVL) del país de origen para los productos de menor riesgo en salud pública.
----------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración Propia.

Para PromPerú, (2016):

Presentación de documentos para el retiro de la mercancía para el levante o retiro de la mercancía, una vez cancelados los tributos aduaneros, se debe presentar los siguientes documentos, los cuales serán revisados por un funcionario de la Aduana respectiva, y que deberán conservarse por un término de cinco años como mínimo:

- Factura comercial
- Lista de Empaque
- Registro de Importación
- Certificado de Origen (Según el producto y el origen)

- Declaración de Importación.
- Documento de Transporte (Guía Aérea - Conocimiento de Embarque)
- Declaración Andina del Valor en Aduana (si se requiere)
- Certificados sanitario.
- Registro sanitario.
- Cualquier otro documento o certificado exigido de acuerdo a la naturaleza del producto.

4.4.4. Aspectos de calidad, trazabilidad y certificaciones

- **Aspectos de Calidad**

Delicias S.A.C. cumplirá con todos los aspectos de calidad que serán verificados por el encargado de control de calidad, inspeccionando el producto final. En Colombia, no existen requisitos físicos o químicos para poder ingresar al mercado. Los requisitos de calidad estarán basados en el producto final que se encuentra establecido en el contrato.

- **Aspectos de Trazabilidad**

Para Blog de Logística, (2016):

La trazabilidad de un producto es un conjunto de medidas, de acciones y de procesos que permiten registrarlo e identificarlo desde su origen hasta su destino, es decir, la posibilidad de “rastrearlo” en todas sus etapas de producción, de transformación y distribución. Por ello es tan importante en el ámbito logístico.

Delicias S.A.C. entregará un certificado de trazabilidad, la cual será verificada por una empresa externa, garantizándola. Esto se realizara siempre y cuando nuestro cliente la solicite.

- **Aspectos de Certificaciones requeridas por Colombia**

Certificación HACCP (Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos - APPCC)

Para PromPerú, (2016):

El Sistema Haccp es utilizado y reconocido actualmente en el ámbito internacional para asegurar la inocuidad de los alimentos y que la Comisión Conjunta FAO/OMS del Codex Alimentarios, propuso a los países miembros la adopción del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico Haccp, como estrategia de aseguramiento de la inocuidad de alimentos y entregó en el Anexo al CAC/RCO 1-- 1969, Rev.3 (1997) las directrices para su aplicación; Que Colombia, como país miembro de la Organización Mundial de Comercio OMC, debe cumplir con las medidas sanitarias que rigen esta organización, razón por la cual debe revisar y ajustar la legislación sanitaria de conformidad con la demanda del mercado internacional. El decreto número 60 DE 2002 tiene por objeto promover el Haccp, como Sistema o Método de Aseguramiento de la Inocuidad de los Alimentos y establecer el procedimiento de certificación al respecto.

Certificación BPM - Buenas prácticas de manufactura

Para Intedya, (2020):

Son una herramienta básica para la obtención de productos seguros para el consumo humano, que se centralizan en la higiene y la forma de manipulación. Son útiles para el diseño y funcionamiento de los establecimientos, y para el desarrollo de procesos y productos relacionados con la alimentación.

Delicias S.A.C., contara con las certificaciones BPM y HACCP, garantizándoles a nuestro cliente calidad.

4.4.5. Determinación de la vía de embarque

Para determinar la vía de embarque de los Snacks dulce a base de ñuña se realizara la evaluación de ponderación considerando los siguientes aspectos:

- Disponibilidad de salidas
- Restricciones de carga
- Costo del flete
- Manipuleo seguro
- Tiempo de tránsito

Tabla 62: Cuadro de ponderación para la elección del medio de transporte

Calificación en Rango: 1 Muy malo – 5 Muy bueno

VARIABLE	PONDERACION VARIABLE	AÉREO		TERRESTRE		MARITIMO	
		Calificación	Puntaje 1	Calificación	Puntaje 2	Calificación	Puntaje 3
Disponibilidad de salidas	0.12	4	0.48	5	0.60	4	0.48
Restricciones de carga	0.10	3	0.30	3	0.30	4	0.40
Costo del flete	0.35	2	0.70	4	1.40	5	1.75
Manipuleo seguro	0.15	4	0.60	3	0.45	4	0.60
Tiempo de tránsito	0.28	5	1.4	3	0.84	3	0.84
TOTAL	1		3.48		3.59		4.07

Fuente: Elaboración Propia.

Se realizó el cuadro de ponderación para la elección de la vía de transporte. Como se observa en el cuadro en mención líneas arriba la mejor vía de transporte es marítima. Esto se debe a que el principal aspecto de diferenciación es el costo del flete, se sabe que un costo aéreo es mucho más caro que uno marítimo o uno terrestre.

Se optó también por la vía marítima porque la empresa busca reducir costos ya que por ser una empresa en el mercado se tiene que ajustar algunos aspectos.

4.4.6. Determinación del operador logístico a intervenir

Después de determinar el medio de transporte con la cual la empresa Delicias S.A.C. va a transportar su mercadería, pasaremos a elegir el operador logístico. Se contactó con 03 operadores logísticas solicitando información, de acuerdo a lo conversado y unos cuantos costeos se procedió a elegir el mejor operador logístico, para la elección también procederemos a realizar la evaluación de ponderación considerando los siguientes aspectos:

- Experiencia en cuanto a comercio exterior
- Costos logísticos
- Seguridad del transporte
- Servicio
- Confiabilidad

Tabla 63: Criterios de selección para operadores logísticos

Calificación en Rango: 1 Muy malo – 5 Muy bueno

VARIABLE	<u>IMPORTANCIA</u> %	Cargo T – Racing	Puntaje 1	South Express Perú	Puntaje 2	GRUPO ASL AGENTES DE ADUANA SAC	Puntaje 3
Experiencia	25%	5	1.25	4	1.00	4	1.00
Costos logísticos	30%	4	1.20	3	0.90	3	0.90
Seguridad del transporte	18%	4	0.72	4	0.72	4	0.72
Servicio	17%	5	0.85	4	0.68	4	0.68

Confiabilidad	10%	4	0.40	3	0.30	3	0.30
TOTAL	100%		4.42		3.60		3.60

Fuente: Elaboración Propia.

Se realizó el cuadro de ponderación para la selección del mejor operador logístico, y como se observa se optara por trabajar con la empresa Cargo T – Racing S.A.C., ellos serán los responsables del transporte del almacén de la empresa Delicias S.A.C. hacia el puerto del Callao, luego el ingreso de la carga al depósito temporal, el servicio de la agencia de adunas, los tramites respectivos.

4.4.7. Técnicas de cuantificación de demora

Se presentara la cuantificación de demora para la empresa Delicias S.A.C. considerando desde que se realiza la compra de la materia prima hasta el transporte internacional, hasta la llegada al puerto de Buenaventura.

- **Transporte marítimo**

En cuanto al transporte marítimo y la cuantificación de la demora esto va a depender de la salida de las naves para el puerto de Buenaventura. Por lo general las naves zarpan cada 7 días y demoran entre 4 a 5 días, esto dependiendo de la línea naviera. Un punto de suma importancia que debemos de tener en cuenta es que, al ser nuestra primera exportación estamos sujetos a la asignación del canal rojo, es decir que nuestra mercadería pasar al proceso de aforo por un especialista de Aduana, y este proceso demora de 1 a 2 días.

Tabla 64. Técnicas de cuantificación de demora

PLAN DE LOGISTICA INTERNACIONAL		TIEMPO (DIAS / HORAS)
1	Compra de materia prima - Ñuña	3 días
2	Compra de etiqueta	3 días

3	Proceso de producción	3 días
4	Envasado en las bolsas de polietileno	2 día
5	Embalaje en cajas	12 horas
6	Unitarizacion de pallets	5 horas
7	Envió hacia el almacén	5 horas
8	Transporte al terminal marítimo	2 horas
9	Proceso en aduanas	7 horas
10	Transporte internacional marítimo	5 días

Fuente: Elaboración Propia.

4.5. Seguro de las mercancías

En cuanto respecta al seguro internacional, la empresa Delicias S.A.C. realizara las exportaciones bajo los Incoterms 2020, en la modalidad FOB, por lo que no será necesario contratar un seguro de mercancías, esto lo asume el importador.

Para Tiba Group, (2020):

FOB Free On Board/ Libre a bordo:

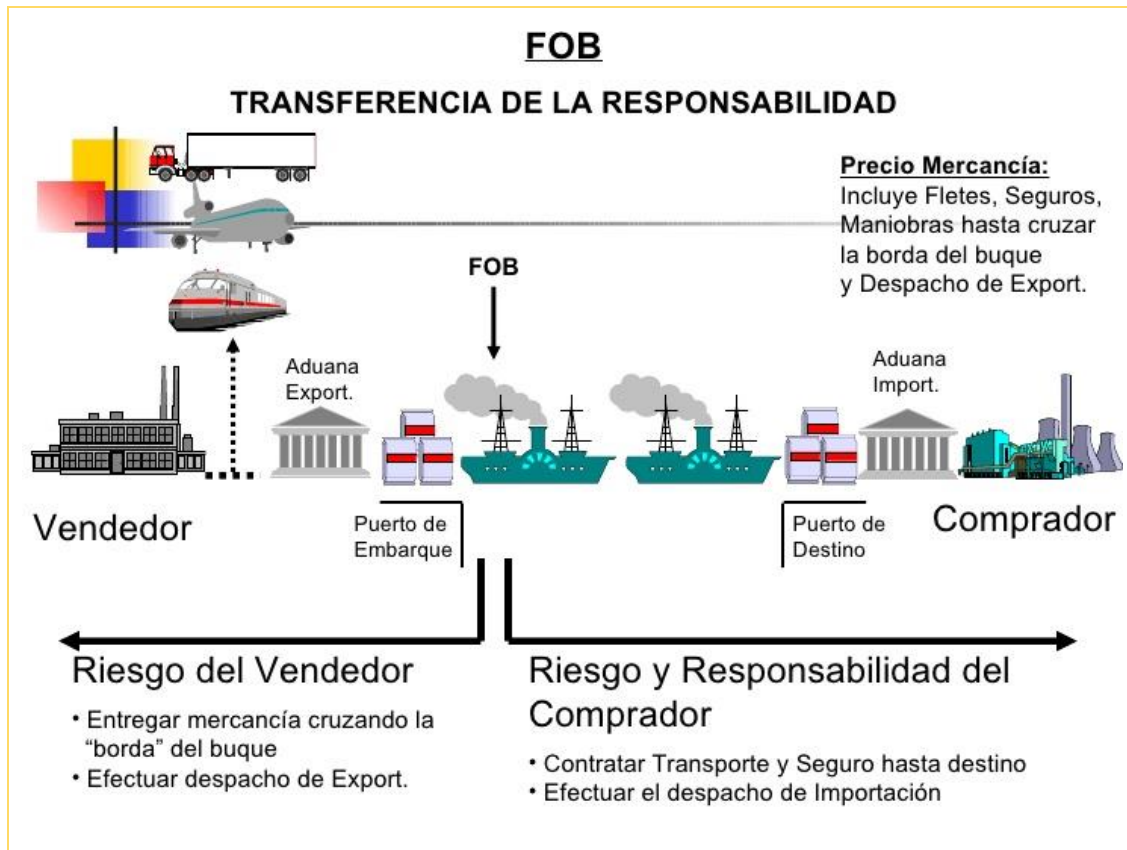
El vendedor asume los gastos hasta la subida a bordo de la mercancía, momento en el que transmite también los riesgos, así como el despacho de exportación y gastos en origen. También se encarga de contratar el transporte si bien este corre por cuenta del comprador.

El comprador se encarga de los costes del flete, descarga, trámites de importación y entrega en destino, así como del seguro si lo quisiera contratar. La transmisión de riesgos tiene lugar cuando la mercancía está a bordo.

Este incoterm solo se utiliza para transporte marítimo y no debe emplearse para mercancías en contenedores ya que la responsabilidad se transmite cuando la mercancía se carga a bordo del buque (la mercancía está físicamente tocando el suelo del buque), pero los contenedores no se cargan en cuanto llegan a la terminal por tanto, si la mercancía sufriera

algún daño mientras está en el contenedor sería muy difícil establecer cuando sucedió.

Figura 31: FOB Free On Board/ Libre a bordo



Fuente: Google Imagenes

Para el transporte a nivel local, desde que el operador logístico traslada la mercancía hasta el puerto del Callao, existe un seguro: "Seguro facultativo interno terrestre", donde la carga se encontrara asegurada de robos o caídas.

Tipo de Póliza

Para Kanvel, (2018):

Pólizas "Forfait" o Término

Son seguros que cubren hasta un límite máximo de valor durante una cantidad de viajes que varía en función del período de tiempo asegurado. La póliza "Forfait" es la que suele ser contratada por las empresas transportistas debido al gran volumen de trayectos que realizan

constantemente, y puede ser solicitada por el exportador o importador (según los Incoterms), por el transportista o por el transitario.

Después de prestar atención a los puntos anteriores, está claro que cualquier tipo de mercancía debe contar con una cobertura de seguro y responsabilidad determinada para evitar riesgos que posteriormente puedan dar lugar al pago de una cantidad bastante más elevada. Dependiendo de cada caso determinado y evaluando aspectos como el alcance del trayecto, la naturaleza de los productos transportados y el medio de transporte, deberemos escoger la opción que más nos convenga entre los diferentes seguros de transporte que existen.

Delicias S.A.C. contratara la Póliza Forfait o Termino, esto se debe a que se contratará el seguro de nuestra mercadería desde el almacén hasta que se encuentre a bordo.

5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

En este punto conoceremos todo el proceso de comercio exterior, por lo que se realizara la fijación de precios, se realizar el contrato de compra venta internacional, se determinara el medio de pago a utilizar así como una breve explicación del incoterm elegido, entre otros puntos clave en este proceso.

5.1. Fijación de precios

Para que la empresa Delicias S.A.C. – Numix Snacks pueda fijar los precios de venta se basaran en dos métodos, las cuales se darán una breve explicación líneas abajo.

El primer método que utilizaran será basado en la competencia, donde se realizó una evaluación del precio promedio de venta de las empresas competidoras que ofrecen un producto similar o un producto sustituto. De acuerdo a la evaluación del precio promedio de venta de competidores se empleara el segundo método, este será en base a costos, aquí se determinara el costo unitario de cada snack de ñuña dulce, a este se le va a calcular un margen de ganancia, la cual permitirá obtener un precio competitivo y acorde con la competencia.

Para poder determinar el precio de venta también se tomara en cuenta el Incoterm a emplear, es este caso es el FOB 2020, así como también la cantidad solicitada, entre otros.

5.1.1. Costos y precio

Para poder determinar el precio, es importante determinar cuál es el Incoterm que utilizaremos como lo detalle líneas arriba, de ello depende sumarle los costos logísticos, depende a las responsabilidades. El incoterm elegido para nuestro proyecto determinara los riesgos y responsabilidades tanto para el exportador como para el importador.

**Tabla 65: Principales precios a nivel mundial de la partida 0713.33
(Precio por tonelada en dólares americanos)**

Importadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Valor unitario importado, Dólar Americano/Toneladas	Valor unitario importado, Dólar Americano/Toneladas	Valor unitario importado, Dólar Americano/Toneladas	Valor unitario importado, Dólar Americano/Toneladas	Valor unitario importado, Dólar Americano/Toneladas
Mundo	999	853			
Italia	1243	1046	1158	1136	1120
India	812	792	1024	942	910
Reino Unido	1065	984	931	954	953
México	942	822	888	834	
Brasil	541	835	717	611	629
Argelia	1163	1117	1182	1110	1071
Pakistán	613	625	791	714	718
España	1210	1074	1258	1193	1177
Francia	1472	1216	1417	1442	1398
Canadá	920	859	848	726	839
Costa Rica	1008	923	1014	979	950
Venezuela	1044	876	859	879	846
Estados Unidos de América	1192	943	1069	1153	1250
Portugal	983	757	908	923	930
Países Bajos	1515	1318	1649	1694	1636
Colombia	1140	1041	959	1075	1041

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

En la tabla en mención líneas arriba se visualizan los precios por tonelada en dólares americanos de la partida 071333, así como los principales importadores en los últimos 5 años a nivel mundial.

**Tabla 66: Principales precios de las exportaciones peruanas de la partida
0713.33.19.00**

(Precio por kilogramos en dólares americanos)

Importadores	2015	2016	2017	2018	2019
	Valor unitario, Dólar Americano/Kilogramos	Valor unitario, Dólar Americano/Kilogramos	Valor unitario, Dólar Americano/Kilogramos	Valor unitario, Dólar Americano/Kilogramos	Valor unitario, Dólar Americano/Kilogramos
Mundo	0,76	3,08	1,50	2,43	1,90
Estados Unidos de América	3,34	2,79	2,18	2,43	1,90
Canadá	1,95	3,50	2,34		
Chile			0,31		
Colombia	0,19				

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

Tabla 67: Precios FOB referenciales en kilogramos (US\$ / KGR) de Perú que exportan en la partida 0713.33.19.00

(Precio por unidad en dólares americanos)

	2019		2018	
	JUN	ENE	OCT	AGO
KG	1.87	2.43	1.86	1.98

Fuente: Elaboración propia en base a SIICEX

Como podemos observar en la tabla en mención líneas arriba se puede observar los precios FOB referenciales que exportan en la partida en mención. A continuación realizaremos la determinación de Precios.

Determinación de Precios:

- **Costos directos**

Tabla 68: Costos por tercerización

(Expresado en soles)

Producto	Costos	Cantidad	Costo por envío	Costo anual (8 envíos)
Costo de producto terciarizado (unidad)	1.00	14,400.00	14,400.00	115,200.00
Materia Prima (kilogramos)	6.00	610.00	3,660.00	29,280.00
Costo de envase (unidad)	0.15	14,400.00	2,160.00	17,280.00
Costo de caja (cartón corrugado) (unidad)	0.80	240.00	192.00	1,536.00
Transporte de materia prima hasta la empresa de maquila (kilogramos)	0.70	610.00	427.00	3,416.00
Transporte del maquilador hacia almacén (kilogramos)	0.50	700.00	350.00	2,800.00
TOTAL			21,189.00	169,512.00

Tabla 69: Costos de exportación

(Expresado en soles)

Descripción	Costo Unitario	Costo por envío	Costo anual (8 envíos)
Handling Local	123.90	123.90	991.20
Emisión de BL N/N	123.90	123.90	991.20
Servicio logístico Integral	1,115.10	1,115.10	8,920.80
Comisión Aduana	495.60	495.60	3,964.80
Gastos Operativos	123.90	123.90	991.20
Transporte Local	413.00	413.00	3,304.00
Gastos de almacén (CANAL VERDE)	371.70	0.00	0.00
Aforo Físico (CANAL ROJO)	123.90	123.90	991.20
Gastos de Almacén Aforo físico (CANAL ROJO)	660.80	660.80	5,286.40
Transferencia Bancaria	84.00	84.00	672.00
Strech film (60 cm)	19.00	19.00	152.00
TOTAL		3,283.10	26,264.80

- **Costos indirectos**

Tabla 70: Gastos del personal

(Expresado en soles)

Descripción	N° de empleados	Remuneración	Pago neto mensual	Pago anual	ESSALUD 9%	Total anual
Gerente General	1	3,200.00	2,784.00	33,408.00	3,456.00	36,864.00
Asistente de Operaciones y logística	1	1,500.00	1,305.00	15,660.00	1,620.00	17,280.00
Asistente Comercial y Marketing	1	1,500.00	1,305.00	15,660.00	1,620.00	17,280.00
Asistente de Administración y Finanzas	1	1,500.00	1,305.00	15,660.00	1,620.00	17,280.00
Auxiliar de almacén	1	930.00	809.10	9,709.20	1,004.40	10,713.60
TOTAL	5		7,508.10	90,097.20	9,320.40	99,417.60

Tabla 71: Gastos fijos

(Expresado en soles)

Descripción	Mensual	Anual
Pago de alquiler de local	1,400.00	16,800.00
Servicios (Agua, Luz, Internet y teléfono)	250.00	3,000.00
TOTAL	1,650.00	19,800.00

Tabla 72: Gastos administrativos

(Expresado en soles)

Materiales de oficina	Costo Unitario	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Lapiceros (caja de 50 unidades)	20	2	40.00	80.00
Lápiz (cajas)	8	2	16.00	32.00
Hojas Bond (millar)	12	1	12.00	96.00
Folder Manila A4 (bolsa)	6	4	24.00	144.00
Engrampadora (unidades)	6	4	24.00	48.00
Perforador (unidades)	6	4	24.00	48.00
Borradores (caja de 30 unidades)	13	1	13.00	13.00
Post-it (unidades)	4	4	16.00	48.00
Control de Calidad	900	1	900.00	8,100.00
Contabilidad	600	1	600.00	7,200.00
TOTAL			1,669.00	15,809.00

Tabla 73: Gastos de ventas

(Expresado en soles)

Descripción	Total
Página web	350.00
Espacio en la feria (Stand)	8,500.00
Decoración del Stand	3,000.00
Pasaje Aéreo	800.00
Hospedaje	650.00

Movilidad	250.00
Alimentación	550.00
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	4,000.00
Rueda de negocio	850.00
Facebook	1,152.00
Instagram	270.00
TOTAL	20,372.00

Tabla 74: Costos fijos (Indirectos)
(Expresado en soles)

Descripción	Total
Gasto de personal	99,417.60
Materiales indirectos	500.00
Gastos fijos	19,800.00
Gastos administrativos	15,809.00
Gasto de ventas	20,372.00
COSTO FIJO TOTAL	155,898.60

Tabla 75: Costos variables (directos)
(Expresado en soles)

Descripción	Total
Costo de tercerización	169,512.00
Costo de exportación	26,264.80
COSTO VARIABLE TOTAL	195,776.80

Tabla 76: Costos totales
(Expresado en soles)

Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
155,898.60	195,776.80	351,675.40

Fuente: Elaboración propia

El costo total en Delicias S.A.C., se encuentra conformado como se observa en la tabla líneas arriba por el costo fijo y costo variable, obteniendo la suma de S/. 351,959.61 para el primer año.

Tabla 77: Estructura de precio
(Expresado en soles)

Costo Variable Unitario	1.70
Costo Fijo Unitario	1.35
COSTO UNITARIO	3.05
Margen de ganancia	17%
Valor de venta	3.68
IGV	0.00
Precio de venta FOB S/.	3.68
Precio de venta FOB US\$	1.05

Fuente: Elaboración propia

Tipo de Cambio	3.50
-----------------------	-------------

5.1.2. Cotización internacional

Luego de que el cliente muestre interés en nuestro producto y se contacte con la empresa Delicias S.A.C. por medio de ruedas de negocios, páginas web, redes sociales, etc.; se lleva a cabo el proceso de exportación, antes de este proceso se negocia las cantidades que se enviarán, los medios de pago, el incoterm a utilizar con los plazos de entrega, entre otros. Todas estas coordinaciones se realizarán vía correo electrónico, donde quede constatado todo el proceso y acuerdos en la que ambas partes han especificado.

Luego se realiza el envío de la cotización al cliente vía correo electrónico, para que lo pueda evaluar. Cabe mencionar que se llegó a un acuerdo con el comprador que la cotización será emitida en el Incoterm FOB 2020 y la forma de pago será mediante transferencia bancaria.

Finalmente, una vez que el cliente haya aceptado nuestra cotización con todas las condiciones acordadas, este procederá al envío de la orden de compra, iniciando el despacho de los productos en el plazo estipulado.

A continuación, se mostrará un modelo de cotización en base a los puntos acordados con nuestro cliente:

Delicias S.A.C.

Numix Snacks



Jr. Huascarán 547, La Victoria, Lima – Perú

Teléfono: (0057) 431-8740

www.numixsnacks.com

Lima, 30 de Junio del 2020

Cotización N°: 001

Atención:

Deyna Albujar – Gerente General

Mis cordiales saludos,

Por medio de la presente le hacemos llegar según lo conversado, nuestra cotización en base a las especificaciones establecidas por ustedes:

Producto : Snacks dulces naturales a base de ñuña
Presentación : Bolsas de polipropileno de 42 gr.
Partida Arancelara : 0713.33.19.00
Forma de Pago : 40% al inicio, 60% restante fecha de embarque
Fecha de Embarque : 20 días después de haber recibido el primero pago
Medio de transporte : Marítimo
Puerto de Embarque : Callao – Perú
Oferta válida hasta : 30 días calendarios posterior a su recepción

Detalle:

Cantidad	Precio FOB
14,400 unidades	US \$ 1.05 x Envase

Cabe detallar que el producto detallado goza de beneficio arancelario por lo que se procederá a enviarles el certificado de origen.

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

Atentamente.

GERENTE COMERCIAL

Figura 32: Modelo de cotización Delicias S.A.C.

Fuente: Elaboración Propia

5.2. Contrato de compra venta internacional y sus documentos

Para Siicex (2012):

Es el acto jurídico por el cual más de dos personas de distinto país transan sobre mercaderías a cambio de un precio determinado, donde una de las partes resulta vendedor y el otro comprador; el contrato puede convenirse por la forma que las partes establezcan.

De acuerdo a lo mencionado por SIICEX el contrato de compra y venta internacional es un acuerdo de voluntades que se celebra entre partes domiciliarias en diferentes países, a través del cual se transfiere una determinada mercancía que será transportada a otro territorio.

Una vez se tenga la conformidad del cliente para enviar la mercancía, se procederá a realizar un contrato. En este contrato se definirán las negociaciones que se realicen de ambas partes, en ella también se colocaran tiempo y puntualidad. Se deben establecer que el Distribuidor Colombiano es una persona que trabaja con puntualidad.

Tabla 78: Información del Plan de Negocios para la elaboración del Contrato de Compra Venta Internacional

Aspectos de la Compra Venta Internacional	Información del Plan de Negocios
1. Las Partes	Exportador: DELICIAS S.A.C. JR. HUASCARAN 547 LA VICTORIA, LIMA - PERÚ Importador: CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S CALLE 127 N° 13A-32 - LOCALIDAD: BOGOTÁ - COLOMBIA
2. La Vigencia del contrato	Fecha inicio: 01 de Setiembre del 2020 Fecha Termino: 31 de Agosto del 2021
3. La Mercancía	Snacks naturales a base de ÑUÑA DULCE.
4. La Cantidad	Total unidades: 14,400 unidades
5. El Envase	Bolsas de plástico polietileno con el logo de Chuwi *Chuwi: Elaboración propia en base a la ñuña para imagen de la marca
6. El Embalaje	Cajas de cartón corrugado o "Caja master"

7. El Transporte	Medio de transporte marítimo																																		
8. La Fecha Máxima de Embarque	20 días después de haber recibido el primero pago																																		
9. Lugar de Entrega	Puerto Callao																																		
10. El Incoterm	FOB , versión 2020																																		
11. El Seguro	Por cuenta del importador																																		
12. Los Gastos	<p>A Continuación se detalla los gastos tanto para el exportador como para el importador:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2" style="text-align: center;">FOB</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lugar de entrega</td> <td>A bordo del buque en el puerto de salida</td> </tr> <tr> <td>Transmision del riesgo</td> <td>A bordo del buque en el puerto de salida</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Distribucion de gastos:</td> </tr> <tr> <td>Verificacion de peso, calidad o medida</td> <td>VENDEDOR</td> </tr> <tr> <td>Envases y embalajes</td> <td>VENDEDOR</td> </tr> <tr> <td>Carga en los locales del vendedor</td> <td>VENDEDOR</td> </tr> <tr> <td>Transporte y seguro hasta el puerto de salida</td> <td>VENDEDOR</td> </tr> <tr> <td>Descarga en el puerto de salida</td> <td>VENDEDOR</td> </tr> <tr> <td>Retrasos en la carga</td> <td>VENDEDOR</td> </tr> <tr> <td>Carga en el punto de salida</td> <td>VENDEDOR</td> </tr> <tr> <td>Retrasos del buque</td> <td>COMPRADOR</td> </tr> <tr> <td>Transporte principal (maritimo)</td> <td>COMPRADOR</td> </tr> <tr> <td>Seguro de transporte principal</td> <td>COMPRADOR</td> </tr> <tr> <td>Descarga en el puerto de destino</td> <td>COMPRADOR</td> </tr> <tr> <td>Transporte y seguro hasta almacen del comprador</td> <td>COMPRADOR</td> </tr> <tr> <td>Descarga en los locales del comprador</td> <td>COMPRADOR</td> </tr> </tbody> </table>	FOB		Lugar de entrega	A bordo del buque en el puerto de salida	Transmision del riesgo	A bordo del buque en el puerto de salida	Distribucion de gastos:		Verificacion de peso, calidad o medida	VENDEDOR	Envases y embalajes	VENDEDOR	Carga en los locales del vendedor	VENDEDOR	Transporte y seguro hasta el puerto de salida	VENDEDOR	Descarga en el puerto de salida	VENDEDOR	Retrasos en la carga	VENDEDOR	Carga en el punto de salida	VENDEDOR	Retrasos del buque	COMPRADOR	Transporte principal (maritimo)	COMPRADOR	Seguro de transporte principal	COMPRADOR	Descarga en el puerto de destino	COMPRADOR	Transporte y seguro hasta almacen del comprador	COMPRADOR	Descarga en los locales del comprador	COMPRADOR
FOB																																			
Lugar de entrega	A bordo del buque en el puerto de salida																																		
Transmision del riesgo	A bordo del buque en el puerto de salida																																		
Distribucion de gastos:																																			
Verificacion de peso, calidad o medida	VENDEDOR																																		
Envases y embalajes	VENDEDOR																																		
Carga en los locales del vendedor	VENDEDOR																																		
Transporte y seguro hasta el puerto de salida	VENDEDOR																																		
Descarga en el puerto de salida	VENDEDOR																																		
Retrasos en la carga	VENDEDOR																																		
Carga en el punto de salida	VENDEDOR																																		
Retrasos del buque	COMPRADOR																																		
Transporte principal (maritimo)	COMPRADOR																																		
Seguro de transporte principal	COMPRADOR																																		
Descarga en el puerto de destino	COMPRADOR																																		
Transporte y seguro hasta almacen del comprador	COMPRADOR																																		
Descarga en los locales del comprador	COMPRADOR																																		
13. La Transmisión de los Riesgos	Por parte del exportador la responsabilidad culmina a borde del buque en el puerto de salida.																																		
14. Moneda de Transacción	Dólares americanos																																		
15. Precio	PRECIO FOB unitario USD 1.05 PRECIO FOB total USD 1.05*14400 UNIDADES																																		
16. Forma de Pago	40% al inicio, 60% restante fecha de embarque																																		
17. Medio de Pago	Transferencia bancaria, Banco BCP																																		
18. La Documentación	<ul style="list-style-type: none"> • Factura Comercial • Lista de Empaque • Cotización • Conocimiento de Embarque o BL • Certificado de origen 																																		

	<ul style="list-style-type: none"> • Certificado de Digesa
19. Lugar de Fabricación	Lima, Perú
20. Solución de controversias	Convención de Viena: En caso exista controversia o desacuerdo entre las partes que se derive de la interpretación o ejecución del presente acuerdo.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 79: Contrato de compra venta internacional

<p><u>CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL</u></p> <p>Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: DELICIAS S.A.C., empresa constituida bajo las leyes de la República del Perú, debidamente representada por su Gerente General SULEIKA ESPINOZA BRAVO, con Documento de Identidad N° 71744524, domiciliado en su Oficina principal ubicado en Jr. Huascarán 547, Lima, Perú, a quien en adelante se denominará EL VENDEDOR y, de otra parte CADENA COMERCIAL OXXO COLOMBIA S.A.S., inscrito por número de identificación tributaria N° 9002365207 debidamente representado por su Gerente General don Deyna Albuja, identificado con DNI N°20306080 Y señalando domicilio el ubicado en Calle 127, N° 13A-32, Bogotá, Colombia a quien en adelante se denominará EL COMPRADOR, que acuerdan en los siguientes términos:</p> <p><u>GENERALIDADES</u></p> <p>CLAUSULA PRIMERA:</p> <p>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.</p> <p>1.2. Cualquier situación en relación con este contrato que no haya sido expresa o implícitamente acordada en su contenido, deberá ser gobernada por:</p> <p style="padding-left: 20px;">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,</p> <p style="padding-left: 20px;">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.</p> <p>1.3. Cualquier referencia que se haga a términos del comercio (Como FOB Callao) estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.</p> <p>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.</p> <p>1.5. Ninguna modificación hecha a este contrato se considerará válida sin el acuerdo por escrito entre las Partes.</p>

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

- 2.1. Es acordado por las Partes que EL VENDEDOR venderá el siguiente producto: Snacks a base de ñuña dulce, y EL COMPRADOR pagará el precio de dichos productos de conformidad con lo acordado.
- 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 25 días luego de recibidas las órdenes de compra debidamente firmadas por el comprador.

PRECIO

CLAUSULA CUARTA:

Las Partes acuerdan el precio de USD 15,140.57 por el envío de los productos de conformidad con la cotización enviada al comprador, la cual tiene vigencia de 30 días desde la emisión.

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 es sobre la base del Incoterms FOB ("Free on Board") 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 EL VENDEDOR deberá realizarse por pago adelantado equivalente al CUARENTA PORCIENTO (40 %) de la cantidad debitada precio al embarque de los productos, y el restante SESENTA PORCIENTO (60 %) en la fecha de embarque.

Las cantidades adeudadas serán acreditadas, salvo otra condición acordada, por medio de transferencia electrónica a la cuenta del Banco BCP del vendedor, 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: FOB.

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

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 deberán ser finalmente resueltas por un Tribunal Arbitral. En caso exista controversia o desacuerdo entre las partes.

El Convenio, también conocido por Convención de Viena, regula: la formación del contrato, los derechos y obligaciones de las partes, las acciones en caso de incumplimiento. El principio básico de la Convención de Viena es el de la buena fe. Otros principios en los que se basa son: autonomía de la voluntad de las partes. **Razonabilidad** del comportamiento de las partes.

Las lagunas de la Convención se subsanan a través de los usos de comercio, y a los usos y las prácticas que las partes establezcan.

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 Lima, a los 30 Días del mes de Junio 2020.

.....

EL VENDEDOR

.....

EL COMPRADOR

Factura comercial

Figura 33: Factura comercial de exportación

COMMERCIAL INVOICE								
Exporter: Delicias S.A.C. Jr. Huascarán 547 La Victoria Lima- Perú		Invoice No. & Date: F001 1 Agos-2020		Buyers Order No. & Date: OC017 15 JUL-2020		Proforma		
		Other reference (s):				Bill of Lading No. & Date:		
		Consignee: Cadena Comercial OXXO Colombia S.A.S Calle 127 N° 13A-32 - Localidad: BOGOTÁ Colombia		Buyer (If other than consignee):				
Pre-carriage By SEA		Place of Receipt		Country of origin Perú		Country of destination Colombia		
Sea Details Bogotá		Port of Loading Bogotá		Payment Terms: 40% al inicio, 60% fecha de embarque				
Port of Discharge CALLAO SEA PORT		Final Destination Bogota						
Boxes Marks Container No.		Numbering of the boxes	Number of Boxes	Description of Goods	Quantity	Presentation	FOB Price USD	Total FOB USD
Delicias S.A.C.		1 to 240	240	14400 unidades en 80 cajas Producto de Snacks	14,400	Units	1.05	15,140.57

a base de ñuña dulce Envase de bolsas de polietileno de 42 gr			
		240	TOTAL FOB
AMOUNT CHARGEABLE (IN WORDS):		FOURTEEN THOUSAND NINE HUNDRED SEVENTY SIX 00/100	
Manufacturer:			
Total Net Wt:	Total Shipper:	240.000	
Total Gross Wt:	Total CBM:		
			TOTAL FOB
			15,140.57
WE HEREBY CERTIFY THAT THE GOODS ARE OF US ORIGIN WE DECLARE THAT THIS PACKING LIST SHOWS THE CORRECT SPECIFICATION OF GOODS DESCRIBED AND THAT ALL PARTICULARS ARE TRUE AND CORRECT			

Fuente: Elaboración propia

5.3. Elección y aplicación del Incoterm

Para el presente plan, la empresa Delicias S.A.C. utilizará el Incoterm FOB 2020 para la exportación de los snacks a base de ñuña dulce al mercado de Bogotá, Colombia.

Para Tiba Group, (2020):

FOB Free On Board/ Libre a bordo

El vendedor asume los gastos hasta la subida a bordo de la mercancía, momento en el que transmite también los riesgos, así como el despacho de exportación y gastos en origen. También se encarga de contratar el transporte si bien este corre por cuenta del comprador.

El comprador se encarga de los costes del flete, descarga, trámites de importación y entrega en destino, así como del seguro si lo quisiera contratar. La transmisión de riesgos tiene lugar cuando la mercancía está a bordo.

Figura 34: Diagrama de Flujo de Incoterms 2020



Fuente: Tiba Group

De acuerdo a lo mencionado la empresa Delicias S.A.C. realizara la entrega de la mercancía hasta la subida a bordo. El riesgo de pérdida o daño a las mercancías se transmite cuando esta se encuentra a bordo, donde el importador es responsable de los costos desde ese instante en adelante.

A continuación se detallaran las responsabilidades del exportador e importador:

Tabla 80: Cargos y Riesgo del Incoterm FOB

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

Fuente: SANTANDER TRADE 2020

Se determinó realizar la exportación en términos FOB porque este permite tener mayor control sobre los costos y el flete. Cabe resaltar que el exportador debe proporcionar al comprador toda la documentación relacionada con la exportación de las mercancías.

5.4. Determinación del medio de pago y cobro

En el comercio internacional existen diversos medios de pago, en Delicias S.A.C. se utilizara la modalidad de pago por transferencia. Este se considera un método de pago sencillo y de bajo costo, y de acuerdo a la cotización enviada el importador dará un adelanto del 40% y luego realizara la cancelación del 60% del total de la factura, al llegar la mercadería.

Para Prom Perú, (2013):

Transferencias internacionales

Son órdenes de pago que solicitan los compradores del exterior (importadores) a sus bancos para realizar pagos a favor de las empresas exportadoras. El banco del vendedor actúa como receptor del dinero, con el único compromiso de cumplir con las instrucciones proporcionadas.

Para llevar a cabo una transferencia internacional, los bancos utilizan un sistema de telecomunicación denominado sistema Swift (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunications). Swift es una organización de servicios para la banca internacional que ofrece los medios necesarios para la transmisión de mensajes e información financiera. Mediante este sistema de comunicación, un banco se encarga de enviar a otro banco (banco corresponsal) la orden de pagar una cantidad determinada de dinero al beneficiario (exportador).

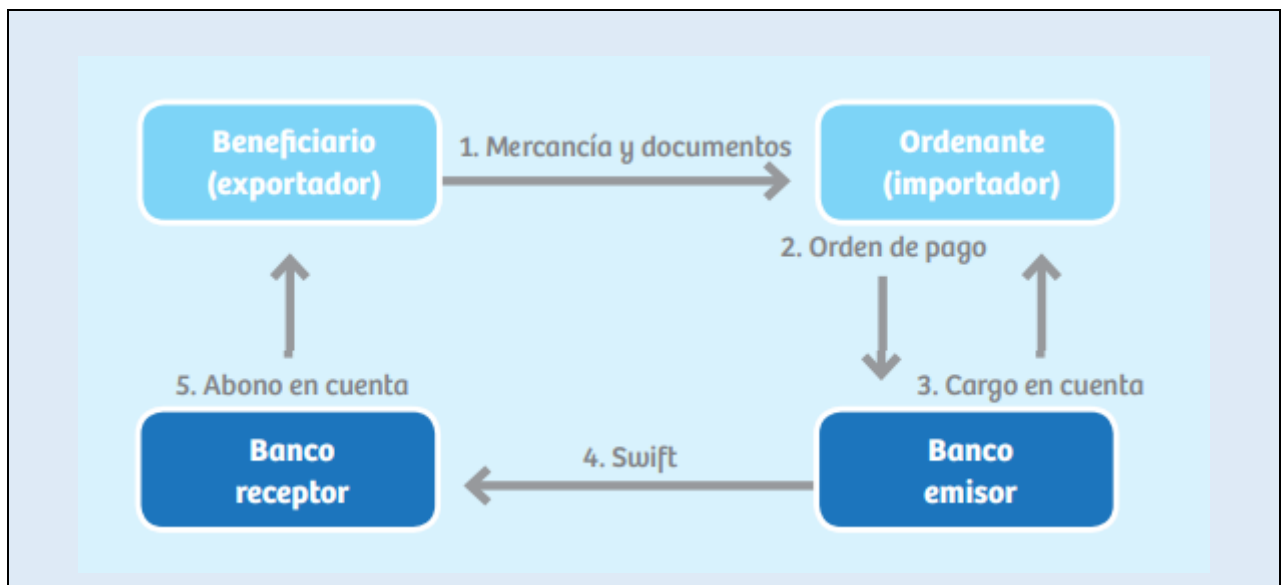
En cuanto a la operatividad, el comprador inicia los trámites en un banco de su localidad (banco emisor u ordenante), y solicita un formato de

transferencia al exterior o internacional previamente definido. Este formato considera el nombre del beneficiario, la cantidad y la divisa de la orden de pago que requiere, así como los datos completos del banco pagador y número de cuenta en la que deberán abonar los fondos. Luego el banco ordenante (emisor) transmitirá el mensaje respectivo, vía Swift, para que el dinero se abone al beneficiario.

Las formas de pago de la venta al exterior donde se utiliza las transferencias internacionales son:

- Cuenta abierta (open account): implica plena confianza del exportador para con el importador, ya que dicha confianza permitirá que el primero embarque las mercancías y posteriormente reciba el dinero a través de una transferencia de fondos.
- Pago anticipado: cuando el vendedor no confía en el comprador y requiere recibir el pago de la mercancía antes de enviarla. Una vez que recibe el pago en su cuenta (vía una transferencia de fondos), procede a embarcar la mercancía.

Figura 35: Dinámica de las transferencias internacionales



Fuente: Prom Perú

Realizar la transferencia es una manera sencilla y segura, esto se realiza cuando existe confianza entre ambas partes. Una vez elegido el medio de

pago y el banco a laborar podemos empezar a realizar nuestras operaciones, ya que se contara con el código de Swift, eso asegurara que la transferencia ha sido realizada.

5.5. Elección del régimen de exportación

La empresa Delicias S.A.C. se acogerá al régimen de exportación definitiva.

Para SUNAT:

La exportación definitiva 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. No está afecta a tributo alguno.

Los documentos en la exportación definitiva son:

- a) La declaración Única de Aduanas (DUA) Mayor a \$5,000 FOB
- b) El documento de transporte (conocimiento de embarque, carta de porte aéreo o carta de porte terrestre, según el medio de transporte empleado).
- c) La factura o boleta de venta electrónica o la emitida físicamente en contingencia. De no existir la obligación de emitirla, se señala esta condición en la declaración.
- d) Para las mercancías restringidas, el documento de control emitido por la entidad competente conforme lo establece el procedimiento específico "Control de mercancías restringidas y prohibidas" DESPA-PE.00.06.
- e) Otros que se requieran por la naturaleza u origen de la mercancía, conforme a lo establecido en el presente procedimiento y en las disposiciones específicas sobre la materia.

Documentación opcional

- Lista de empaque
- Certificado de origen
- Póliza o Certificado de seguro
- Autorizaciones especiales.
- Otros

Las modalidades del trámite son las siguientes:

DUA (Documento Único Administrativo): Cuando el valor FOB de las mercancías es mayor a \$5,000 dólares. El despacho es realizado por un Agente de Aduanas

DSE (Declaración Simplificada de Exportación): Cuando el valor FOB de las mercancías es igual o menor a \$5,000 dólares. Envío de entrega rápida. Exportación a través del servicio postal (DESPA-PE.13)

5.6. Gestión aduanera del comercio internacional

Para el trámite de régimen de exportación definitiva se tienen que seguir los siguientes pasos:

Para Plataforma digital única del Estado Peruano, (2020):

1. Numera la Declaración de Exportación:

El despachador de aduana solicita el régimen de exportación definitiva con la transmisión electrónica de la información, conforme a las estructuras de transmisión de datos publicados en la web de SUNAT y al instructivo “Declaración Aduanera de Mercancías” DESPA-IT.00.04.

2. Ingresar la mercancía a un Depósito Temporal

El despachador de aduana ingresa la mercancía a un depósito temporal como requisito para la asignación del canal de control de la declaración. Puedes realizar el embarque directo desde el local del exportar, siempre y cuando cumpla con los requisitos.

3. Transmite la Recepción de la Mercancía y obtén el Canal de Control

El depósito temporal transmite a la intendencia de aduana respectiva, la información de la mercancía recibida, dentro del plazo. La información referida a la recepción de la mercancía, es validada por el SIGAD. De

resultar conforme, asigna el canal de control empleando técnicas de gestión de riesgo.

4. Entrega la Declaración con Documentos

El despachador de aduana presenta los documentos al funcionario aduanero, quien verifica que la documentación corresponda con la información registrada en el SIGAD (Sistema Integrado de Gestión Aduanera). De ser conforme, procede a realizar el reconocimiento físico.

5. Realiza el Reconocimiento Físico

El reconocimiento físico se efectúa en presencia del exportador, despachador de aduana o representante del depósito temporal cuando corresponda. Si el despachador de aduana no se presenta al reconocimiento físico programado, la Autoridad aduanera podrá realizarlo de oficio.

6. Embarca las mercancías

Las mercancías deben ser embarcadas dentro del plazo de treinta días (30) calendario contados a partir del día siguiente de la fecha de numeración de la declaración.

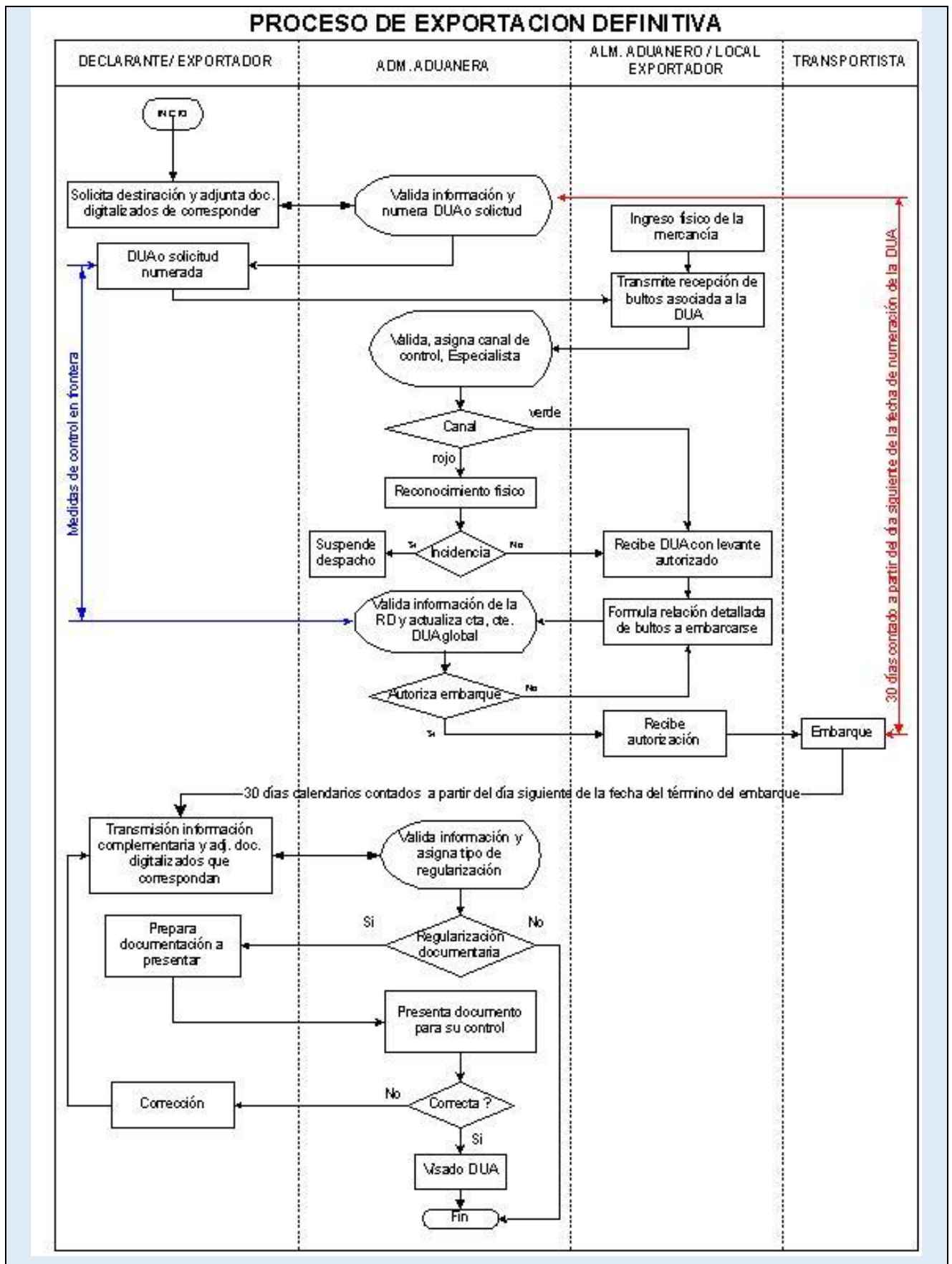
7. Regulariza el régimen

La regularización del régimen se realiza dentro de los (30) días calendario contados a partir del día siguiente de la fecha del término del embarque, con los documentos digitalizados que sustentan la exportación y de la información complementaria de la declaración, y en aquellos casos que la Autoridad aduanera lo determine. Además debes presentar físicamente la declaración con la información complementaria y la documentación que sustenta la exportación. El resultado de la regularización sería la DAM 40.

5.7. Gestión de las operaciones de exportación: Flujo grama

A continuación se muestra el Flujograma de exportación definitiva:

Figura 36: Flujoograma de exportación definitiva

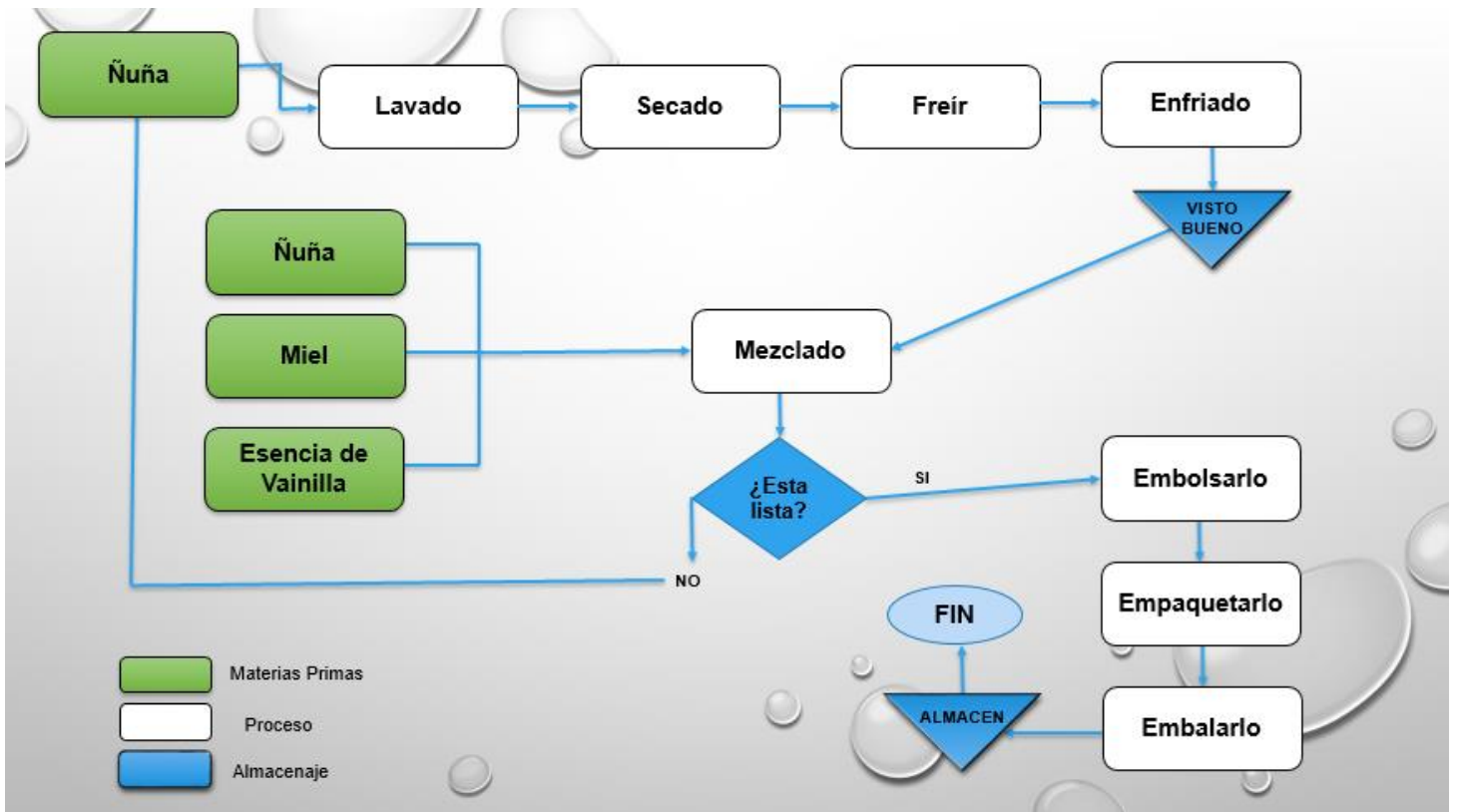


Fuente: SUNAT

5.8. Gestión de las operaciones de producción del bien o servicio a ejecutar: Flujo Grama.

A continuación se muestra el Flujoograma del proceso de producción de Numix Snacks.

Figura 37: Flujoograma del proceso de producción de Numix Snacks



Fuente: Elaboración propia

6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1. Inversión Fija

6.1 1. Activos tangibles

Tabla 81: Activos tangibles
(Expresado en soles)

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo
Muebles y enseres			
Escritorios	5	320	1,600.00
Mesas (mesa de centro y comedor)	3	550	1,650.00
Sillas giratorias	7	120	840.00
Muebles de espera	1	1200	1,200.00
Estantes de madera	3	300	900.00
Equipos			
Computadoras	5	1350	6,750.00
Impresoras	2	900	1,800.00
Ventiladores	4	90	360.00
Microondas	2	200	400.00
INVERSION TANGIBLE			15,500.00

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla líneas arriba, los activos tangibles de la empresa Delicias S.A.C. están constituidos en base a equipos, muebles y enseres. Estos activos tangibles son para que se desarrollen todas las actividades de la empresa y no son considerados para venta.

6.1.2. Activos intangibles

Tabla 82: Activos intangibles
(Expresado en soles)

Datos de inversión	Inversión
Diseño de la Pagina Web	400
Registro de marca	534.99
Certificado de DIGESA	70.80
Constitución legal	560
Licencia de funcionamiento	189.90

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla líneas arriba, los activos intangibles de la empresa Delicias S.A.C. deben ser explotables, es decir debemos tener poder sobre el bien para obtener beneficios.

6.2. Capital de Trabajo

En el capital de trabajo consideramos aquellos recursos que requiere este proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de los bienes. Aquí se considerara el monto de dinero con el que se va a contar para que comience a funcionar el proyecto.

Tabla 83: Capital de trabajo
(Expresado en soles)

Concepto	Costo Unitario	Costo mensual	Costo trimestral
Total Capital Trabajo		76,876.90	124,132.80
Capital de trabajo		56,876.90	104,132.80
Caja		20,000.00	20,000.00
Costo de producto terciarizado		21,189.00	42,378.00
Costo de producto terciarizado (unidad)	1.00	14,400.00	28,800.00
Materia Prima (kilogramos)	6.00	3,660.00	7,320.00
Costo de envase (unidad)	0.15	2,160.00	4,320.00
Costo de caja (cartón corrugado) (unidad)	0.80	192.00	384.00
Transporte de materia prima hasta la empresa de maquila (kilogramos)	0.70	427.00	854.00
Transporte del maquilador hacia almacén (kilogramos)	0.50	350.00	700.00
Gasto de personal		8,630.00	25,890.00
Gerente General	3,200.00	3,200.00	9,600.00
Asistente de Operaciones y logística	1,500.00	1,500.00	4,500.00
Asistente Comercial y Marketing	1,500.00	1,500.00	4,500.00
Asistente de Administración y Finanzas	1,500.00	1,500.00	4,500.00
Auxiliar de almacén	930.00	930.00	2,790.00
Materiales indirectos		83.80	171.60
Escoba (unidad)	11.00	11.00	11.00
Papel Higiénico (plancha por 24 unidades)	20.00	20.00	60.00
Papel Toalla (paquete de 04 unidades)	9.90	19.80	39.60
Recogedor (unidad)	6.00	6.00	6.00
Ambientador (unidad)	6.00	6.00	18.00
Jabón Líquido (bolsa recargable)	8.00	16.00	32.00
Tropos industriales (por kilo)	2.50	5.00	5.00
Gastos fijos		1,650.00	4,950.00

Pago de alquiler de local	1,400.00	1,400.00	4,200.00
Servicios (Agua, Luz, Internet y teléfono)	250.00	250.00	750.00
Costos de exportación		3,283.10	6,566.20
Handling Local	123.90	123.90	247.80
Emisión de BL N/N	123.90	123.90	247.80
Servicio logístico Integral	1,115.10	1,115.10	2,230.20
Comisión Aduana	495.60	495.60	991.20
Gastos Operativos	123.90	123.90	247.80
Transporte Local	413.00	413.00	826.00
Aforo Físico (CANAL ROJO)	123.90	123.90	247.80
Gastos de Almacén Aforo Físico (CANAL ROJO)	660.80	660.80	1,321.60
Transferencia Bancaria	84.00	84.00	168.00
Stretch film (60 cm)	19.00	19.00	38.00
Gastos administrativos		1,669.00	3,805.00
Lapiceros (caja de 50 unidades)	20.00	40.00	40.00
Lápiz (cajas)	8.00	16.00	16.00
Hojas Bond (millar)	12.00	12.00	24.00
Folder Manila A4 (bolsa)	6.00	24.00	48.00
Engrapadora (unidades)	6.00	24.00	24.00
Perforador (unidades)	6.00	24.00	24.00
Borradores (caja de 30 unidades)	13.00	13.00	13.00
Post-it (unidades)	4.00	16.00	16.00
Control de Calidad	900.00	900.00	1,800.00
Contabilidad	600.00	600.00	1,800.00
Gastos de ventas		20,372.00	20,372.00
Página web	350.00	350.00	
Espacio en la feria (Stand)	8,500.00	8,500.00	
Decoración del Stand	3,000.00	3,000.00	
Pasaje Aéreo	800.00	800.00	
Hospedaje	650.00	650.00	
Movilidad	250.00	250.00	
Alimentación	550.00	550.00	
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	4,000.00	4,000.00	
Rueda de negocio	850.00	850.00	
Facebook	1,152.00	1,152.00	
Instagram	270.00	270.00	

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla líneas arriba, se ha detallado el cálculo para la inversión en el capital de trabajo; para realizar este cálculo se realizó de manera trimestral y anual. Se consideró de manera trimestral para cubrir los egresos de los tres primeros meses hasta que esto pueda ser sustentando con los ingresos.

6.3. Inversión Total

Tabla 84: Inversión total
(Expresado en soles)

Datos de inversión	Inversión
Diseño de la Pagina Web	400.00
Registro de marca	534.99
Certificado de DIGESA	70.80
Constitución legal	560.00
Licencia de funcionamiento	189.90
Inversión Intangible	1,755.69
Muebles y enseres	6,190.00
Equipos	9,310.00
Inversión Tangible	15,500.00
Capital de Trabajo	124,132.80

Inversión Total	
Inversión Intangible	1,755.69
Inversión Tangible	15,500.00
Capital de Trabajo	124,132.80
Inversión Total	141,388.49

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla líneas arriba, se detalla la Inversión total que se requiere para dar inicio al plan y poder empezar a comercializar el producto “Numix Snacks”. Esta inversión total se obtiene de la suma de la inversión tangible, la inversión intangible y el capital de trabajo dando un total de S/. 141,388.49.

6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

Tabla 85. Estructura de Inversión y Financiamiento
(Expresado en soles)

Datos	
Aporte de accionistas	100,000.00
Préstamo financiado a mediano plazo	41,388.49
% Aporte de accionistas	70.73
% Financiado préstamo	29.27
TOTAL	141,388.49

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla líneas arriba, se detalla la estructura de cómo se va a financiar la empresa, está constituida por aporte de los cinco accionistas que representa el 70.73%, y el restando la cual representa el

29.27% financiado por un préstamo bancario. El aporte que capital propio por parte de los accionistas es de S/. 100,000.00, mientras que el restante S/. 41,388.49 se financiara por una entidad bancaria.

Tabla 86: Flujo de caja de deuda
(Expresado en soles)

Meses	Amortización	Intereses	Seguro	Cuota	Saldo	Cuota sin Seguro	Ahorro tributario	Servicio de deuda
0					41,388.49		Escudo Fiscal	
1	S/. 704.32	S/. 1,640.59	S/. 21.11	2,366.02	40,684.17	S/. 2,344.91	16.41	2328.5041
2	S/. 1,344.35	S/. 1,000.56	S/. 21.11	2,366.02	39,339.82	S/. 2,344.91	10.01	2334.9044
3	S/. 1,377.41	S/. 967.50	S/. 21.11	2,366.02	37,962.41	S/. 2,344.91	9.68	2335.2350
4	S/. 1,379.77	S/. 965.14	S/. 21.11	2,366.02	36,582.64	S/. 2,344.91	9.65	2335.2586
5	S/. 1,445.22	S/. 899.69	S/. 21.11	2,366.02	35,137.42	S/. 2,344.91	9.00	2335.9131
6	S/. 1,393.19	S/. 951.72	S/. 21.11	2,366.02	33,744.23	S/. 2,344.91	9.52	2335.3928
7	S/. 1,570.98	S/. 773.93	S/. 21.11	2,366.02	32,173.25	S/. 2,344.91	7.74	2337.1707
8	S/. 1,580.35	S/. 764.56	S/. 21.11	2,366.02	30,592.90	S/. 2,344.91	7.65	2337.2644
9	S/. 1,567.13	S/. 777.78	S/. 21.11	2,366.02	29,025.77	S/. 2,344.91	7.78	2337.1322
10	S/. 1,606.97	S/. 737.94	S/. 21.11	2,366.02	27,418.80	S/. 2,344.91	7.38	2337.5306
11	S/. 1,670.59	S/. 674.32	S/. 21.11	2,366.02	25,748.21	S/. 2,344.91	6.74	2338.1668
12	S/. 1,711.68	S/. 633.23	S/. 21.11	2,366.02	24,036.53	S/. 2,344.91	6.33	2338.5777
13	S/. 1,745.15	S/. 599.76	S/. 21.11	2,366.02	22,291.38	S/. 2,344.91	6.00	2338.9124
14	S/. 1,786.54	S/. 558.37	S/. 21.11	2,366.02	20,504.84	S/. 2,344.91	5.58	2339.3263
15	S/. 1,815.23	S/. 529.68	S/. 21.11	2,366.02	18,689.61	S/. 2,344.91	5.30	2339.6132
16	S/. 1,837.34	S/. 507.57	S/. 21.11	2,366.02	16,852.27	S/. 2,344.91	5.08	2339.8343
17	S/. 1,892.45	S/. 452.46	S/. 21.11	2,366.02	14,959.82	S/. 2,344.91	4.52	2340.3854
18	S/. 1,929.35	S/. 415.56	S/. 21.11	2,366.02	13,030.47	S/. 2,344.91	4.16	2340.7544
19	S/. 1,982.35	S/. 362.56	S/. 21.11	2,366.02	11,048.12	S/. 2,344.91	3.63	2341.2844
20	S/. 2,019.25	S/. 325.66	S/. 21.11	2,366.02	9,028.87	S/. 2,344.91	3.26	2341.6534
21	S/. 2,091.25	S/. 253.66	S/. 21.11	2,366.02	6,937.62	S/. 2,344.91	2.54	2342.3734
22	S/. 2,154.86	S/. 190.05	S/. 21.11	2,366.02	4,782.76	S/. 2,344.91	1.90	2343.0095
23	S/. 2,232.20	S/. 112.71	S/. 21.11	2,366.02	2,550.56	S/. 2,344.91	1.13	2343.7829
24	S/. 2,284.79	S/. 59.99	S/. 21.11	2,365.89	0.00	S/. 2,344.78	0.60	2344.1801
	S/. 41,388.49	S/. 15,154.99	S/. 506.64	56,784.35		S/. 56,277.71	S/. 151.55	

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla líneas arriba, se detalla el flujo de caja de la deuda del préstamo que va a realizar la empresa Delicias S.A.C., se detalla el saldo deudor la cual va reduciéndose a medida que se va amortizando la deuda. Se detalla la Cuota que se pagara mensualmente, la empresa opto por realizar el préstamo sin seguro, la cuota mensual será la suma de los intereses más la amortización.

El ahorro tributario se calcula del impuesto a la renta multiplicado por los intereses, a eso restado a la renta se calcula el flujo de caja después de impuesto.

6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito

Tabla 87: Comparación de Bancos y cajas municipales

	Banbif	CMAC Cusco	Scotiabank Perú	BBVA
Tasa de Costo Efectivo Anual	40.92%	44.14%	44.67%	35.05%

Fuente: Elaboración propia en base a consultas en los Bancos

Como se puede observar en la tabla líneas arriba, se detalla la evaluación que se hizo a las entidades bancarias y cajas municipales, sobre las tasas efectivas anuales en el mercado.

Al ser Delicias S.A.C. una empresa nueva en el mercado, que recién iniciará operaciones no contamos con historial crediticio para que nos puedan brindar préstamos bancarios o en las cajas municipales.

Es por ello que se procederá a realizar una estrategia financiera, se cuenta con un familiar de unos de los accionistas que es empresario, y su empresa cuenta con más de 20 años en el mercado, tiene un buen historial crediticio en el banco y será como un aval para que nos puedan brindar el préstamo.

Los requisitos que solicita en este caso el Banco BBVA son:

- ✓ Copia de documento de identidad del titular y cónyuge (si fuera el caso).
- ✓ Copia de ficha RUC.
- ✓ Licencia de funcionamiento o boletas de compra de mercadería (y otros documentos la cual sean solicitados por el asesor financiero).
- ✓ Copia del último recibo de servicios: luz, agua o teléfono.

Tabla 88: Condiciones de crédito
(Expresado en soles)

Préstamo	41,388.49
Tiempo - Meses	24
Periodo de gracia	0.00
Tasa de Costo Efectivo Anual	35.05%
Valor de la cuota	S/. 2,344.91

Fuente: Elaboración propia en base a consultas en los Bancos

Como se puede observar en la tabla líneas arriba, se detalla las condiciones del préstamo que la empresa realizara al Banco BBVA por el monto de S/. 41,388.49, en un plazo de 24 meses, siendo el valor de la cuota S/. 2,344.91.

6.6. Presupuesto de costos

- **Costos Directos:**

Tabla 89: Costos de producto terciarizado
(Expresado en soles)

Costo de producto terciarizado	2021	2022	2023	2024	2025
Costo de producto terciarizado (unidad)	115,200.00	118,656.00	123,402.24	129,572.35	137,346.69
Materia Prima (kilogramos)	29,280.00	30,158.40	31,364.74	32,932.97	34,908.95
Costo de envase (unidad)	17,280.00	17,798.40	18,510.34	19,435.85	20,602.00
Costo de caja (cartón corrugado) (unidad)	1,536.00	1,582.08	1,645.36	1,727.63	1,831.29
Transporte de materia prima hasta la empresa de maquila (kilogramos)	3,416.00	3,518.48	3,659.22	3,842.18	4,072.71
Transporte del maquilador hacia almacén (kilogramos)	2,800.00	2,884.00	2,999.36	3,149.33	3,338.29
TOTAL	169,512.00	174,597.36	181,581.25	190,660.32	202,099.94

Fuente: Elaboración propia

Tabla 90: Costos de exportación

(Expresado en soles)

Costos de exportación	2021	2022	2023	2024	2025
Handling Local	991.20	1,020.94	1,061.77	1,114.86	1,181.75
Emisión de BL N/N	991.20	1,020.94	1,061.77	1,114.86	1,181.75
Servicio logístico Integral	8,920.80	9,188.42	9,555.96	10,033.76	10,635.78
Comisión Aduana	3,964.80	4,083.74	4,247.09	4,459.45	4,727.02
Gastos Operativos	991.20	1,020.94	1,061.77	1,114.86	1,181.75
Transporte Local	3,304.00	3,403.12	3,539.24	3,716.21	3,939.18
Aforo Físico (CANAL ROJO)	991.20	1,020.94	1,061.77	1,114.86	1,181.75
Gastos de Almacén Aforo Físico (CANAL ROJO)	5,286.40	5,444.99	5,662.79	5,945.93	6,302.69
Transferencia Bancaria	672.00	692.16	719.85	755.84	801.19
Strech film (60 cm)	152.00	156.56	162.82	170.96	181.22
TOTAL	26,264.80	27,052.74	28,134.85	29,541.60	31,314.09

Fuente: Elaboración propia

Tabla 91: Total Costos de producto terciarizado y exportación

(Expresado en soles)

AÑOS	2021	2022	2023	2024	2025
Costo de producto terciarizado	169,512.00	174,597.36	181,581.25	190,660.32	202,099.94
Costos de exportación	26,264.80	27,052.74	28,134.85	29,541.60	31,314.09
TOTAL	195,776.80	201,650.10	209,716.11	220,201.91	233,414.03

Fuente: Elaboración propia

- **Costos Indirectos:**

Tabla 92: Materiales indirectos

(Expresado en soles)

Materiales indirectos	2021	2022	2023	2024	2025
Artículos de limpieza	500.00	515.00	535.60	562.38	596.12
TOTAL	500.00	515.00	535.60	562.38	596.12

Fuente: Elaboración propia

Tabla 93: Gastos de personal

(Expresado en soles)

Gasto de personal	2021	2022	2023	2024	2025
Gerente General	36,864.00	37,601.28	38,353.31	39,120.37	39,902.78
Asistente de Operaciones y logística	17,280.00	17,625.60	17,978.11	18,337.67	18,704.43
Asistente Comercial y Marketing	17,280.00	17,625.60	17,978.11	18,337.67	18,704.43
Asistente de Administración y Finanzas	17,280.00	17,625.60	17,978.11	18,337.67	18,704.43
Auxiliar de almacén	10,713.60	10,927.87	11,146.43	11,369.36	11,596.75
TOTAL	99,417.60	101,405.95	103,434.07	105,502.75	107,612.81

Fuente: Elaboración propia

Tabla 94: Gastos fijos

(Expresado en soles)

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Pago de alquiler de local	16,800.00	17,136.00	17,478.72	17,828.29	18,184.86
Servicios (Agua, Luz, Internet y teléfono)	3,000.00	3,030.00	3,090.60	3,183.32	3,310.65
TOTAL	19,800.00	20,166.00	20,569.32	21,011.61	21,495.51

Fuente: Elaboración propia

Tabla 95: Gastos administrativos

(Expresado en soles)

Materiales de oficina	2021	2022	2023	2024	2025
Lapiceros (caja de 50 unidades)	80.00	81.60	83.23	84.90	86.59
Lápiz (cajas)	32.00	32.64	33.29	33.96	34.64
Hojas Bond (millar)	96.00	97.92	99.88	101.88	103.91
Folder Manila A4 (bolsa)	144.00	146.88	149.82	152.81	155.87
Engrampadora (unidades)	48.00	48.96	49.94	50.94	51.96
Perforador (unidades)	48.00	48.96	49.94	50.94	51.96
Borradores (caja de 30 unidades)	13.00	13.26	13.53	13.80	14.07
Post-it (unidades)	48.00	48.96	49.94	50.94	51.96
Control de Calidad	8,100.00	8,262.00	8,427.24	8,595.78	8,767.70
Contabilidad	7,200.00	7,344.00	7,490.88	7,640.70	7,793.51
TOTAL	15,809.00	16,125.18	16,447.68	16,776.64	17,112.17

Fuente: Elaboración propia

Tabla 96: Gastos de ventas

(Expresado en soles)

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Página web	350.00	357.00	364.14	371.42	378.85
Espacio en la feria (Stand)	8,500.00	8,670.00	8,843.40	9,020.27	9,200.67
Decoración del Stand	3,000.00	3,060.00	3,121.20	3,183.62	3,247.30
Pasaje Aéreo	800.00	816.00	832.32	848.97	865.95
Hospedaje	650.00	663.00	676.26	689.79	703.58
Movilidad	250.00	255.00	260.10	265.30	270.61
Alimentación	550.00	561.00	572.22	583.66	595.34
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	4,000.00	4,080.00	4,161.60	4,244.83	4,329.73
Rueda de negocio	850.00	867.00	884.34	902.03	920.07
Facebook	1,152.00	1,175.04	1,198.54	1,222.51	1,246.96
Instagram	270.00	275.40	280.91	286.53	292.26
TOTAL	20,372.00	20,779.44	21,195.03	21,618.93	22,051.31

Fuente: Elaboración propia

6.7. Punto de Equilibrio

Tabla 97: Costos fijos

(Expresado en soles)

Descripción	Total
Gasto de personal	99,417.60
Materiales indirectos	500.00
Gastos Fijos	19,800.00
Gastos administrativos	15,809.00
Gasto de ventas	20,372.00
COSTO FIJO TOTAL	155,898.60

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla líneas arriba, se detalla los costos fijos que la empresa debe pagar, así no exista producción.

Tabla 98: Costos variables

(Expresado en soles)

Descripción	Total
Costo de tercerización	169,512.00
Costo de exportación	26,264.80
COSTO VARIABLE TOTAL	195,776.80

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla líneas arriba, se detalla los costos variables, estos la empresa tiene que pagar si hay producción.

Tabla 99: Costos totales

(Expresado en soles)

Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
155,898.60	195,776.80	351,675.40

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla líneas arriba, se detalla el costo total de la empresa. Esto se obtuvo de la suma del costo fijo más el costo variable que da un total de S/. 351,675.40 para el primer año.

Tabla 100: Estructura de precio

(Expresado en soles)

Costo Variable Unitario	1.70
Costo Fijo Unitario	1.35
COSTO UNITARIO	3.05
Margen de ganancia	17%
Valor de venta	3.68
IGV	0.00

Precio de venta FOB S/.	3.68
Punto de equilibrio (En cantidad)	78,794.53
Punto de equilibrio (En dinero S/.)	289,806.07

Fuente: Elaboración propia

Para poder calcular el punto de equilibrio, se utilizara la siguiente formula:

$$Q = CFT / PV - CVU$$

Donde:

- Q = Cantidad en unidades
- PV = Precio de venta por unidad
- CVU = Costo variable por unidad
- CFT = Costo fijo total

Entonces procederemos a reemplazar:

- $Q = 14,400 \times 12 = 115,200.00$
- $PV = 3.68$
- $CVU = 1.70$
- $CFT = 155,898.60$

Reemplazamos en la fórmula:

$\frac{155,898.60}{3.68 - 1.70} = 78,794.53 \text{ Unidades}$

Por lo tanto, de acuerdo a la fórmula que se realizó con el punto de equilibrio se obtiene 78,795 unidades que es la cantidad mínima que la empresa Delicias S.A.C. debe comercializar para no ganar ni perder, la venta que se realice de manera adicional resultara ganancia para la empresa.

Por otro lado si calculamos el punto de equilibrio en dinero, resultaría lo siguiente:

$3.68 * 78,794.53 = 289,806.07 \text{ soles}$

6.8. Tributación de la exportación

Al ser una empresa exportadora nos encontramos exonerados del IGV y recibimos un beneficio por el IGV gravado en las compras realizadas, esto es el saldo a favor del exportador.

Tabla 101: Saldo a favor del exportador
(Expresado en soles)

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Costo de compra de producto	169,512.00	174,597.36	181,581.25	190,660.32	202,099.94
Gastos administrativos	15,809.00	16,125.18	16,447.68	16,776.64	17,112.17
Gasto de ventas	20,372.00	20,779.44	21,195.03	21,618.93	22,051.31
Materiales indirectos	500.00	515.00	535.60	562.38	596.12
Total	206,193.00	212,016.98	219,759.57	229,618.26	241,859.54
IGV de ventas 18%	0	0	0	0	0
IGV Compras 18%	37,114.74	38,163.06	39,556.72	41,331.29	43,534.72
Diferencias de IGV	37,114.74	38,163.06	39,556.72	41,331.29	43,534.72
Devolución del IGV	37,114.74	38,163.06	39,556.72	41,331.29	43,534.72

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla líneas arriba, se ha realizado el cálculo de la devolución del IGV, esto resulta de la diferencia del IGV de ventas menos el IGV de compras. Al ser una empresa exportador no pagamos IGV de ventas, por lo tanto el IGV de compras viene a ser el saldo a favor del exportador.

Este IGV de compras se considera como parte de los ingresos para la empresa Delicias S.A.C.

6.9. Presupuesto de ingresos

A continuación se detallaran mis ingresos de las ventas que se realizaran en los próximos años esto con un crecimiento de: 3%, 4%, 5% y 6% anual.

Tabla 102: Ventas en los próximos años
(Expresado en soles)

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	423,705.30	436,416.46	453,873.12	476,566.77	505,160.78

Unidades Anuales
115,200.00
Precio de venta
3.68

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla líneas arriba, reflejan las ventas proyectadas en los próximos cinco años, esto con el fin de poder evaluar el proyecto.

Esto se calculó de la siguiente manera:

Se realizaran 8 exportaciones al año, dando un total de 115,200 unidades que se van a comercializar el primer año. Luego se determinó el precio de venta unitario de cada producto, la cual es de S/. 3.96. Con estos datos determinamos el ingreso por ventas del primer año.

- Venta del primer año: Cantidad del producto * precio de venta = S/. 423,705.30.

Para los siguientes años como se mencionó líneas arriba se estimó una tendencia de crecimiento anual de 3%, 4%, 5% y 6%.

6.10. Presupuesto de egresos

Tabla 103: Tasa de inflación de los años 2015 al 2019

Año	2015	2016	2017	2018	2019
Tasa de inflación	4.40%	3.23%	1.40%	2.48%	1.90%

Fuente: Elaboración propia en base al Banco Central de Reserva del Perú (BCR)

Tabla 104: Tasa de Inflación promedio de los últimos 5 años

Tasa de Inflación	
Inflación promedio	2.68%

Fuente: Elaboración propia

- Costos Directos

Tabla 105: Presupuesto proyectado de costos variables
(Expresado en soles)

AÑOS	2021	2022	2023	2024	2025
Costo de producto terciarizado	169,512.00	174,597.36	181,581.25	190,660.32	202,099.94
Costos de exportación	26,264.80	27,052.74	28,134.85	29,541.60	31,314.09
TOTAL	195,776.80	201,650.10	209,716.11	220,201.91	233,414.03

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla líneas arriba se ha realizado el caculo de la compra del producto terciarizado en función a la tendencia del mercado y a la tasa de inflación que se calculó y se obtuvo en promedio 2.68%. En los costos de exportación se obtuvieron en cuanto a la tendencia del mercado.

Tabla 106: Presupuesto proyectado de costos fijos
(Expresado en soles)

AÑOS	2021	2022	2023	2024	2025
Gasto de personal	99,417.60	101,405.95	103,434.07	105,502.75	107,612.81
Materiales indirectos	500.00	515.00	535.60	562.38	596.12
Gastos Fijos	19,800.00	20,166.00	20,569.32	21,011.61	21,495.51
Gastos administrativos	15,809.00	16,125.18	16,447.68	16,776.64	17,112.17
Gasto de ventas	20,372.00	20,779.44	21,195.03	21,618.93	22,051.31
TOTAL	155,898.60	158,991.57	162,181.70	165,472.31	168,867.92

Fuente: Elaboración propia

6.11. Flujo de caja proyectado

El flujo de caja es un informe financiero donde se muestran los flujos de ingresos y egresos de efectivo que ha tenido la empresa en un periodo de tiempo determinado. El saldo de esta diferencia dará a conocer el flujo de efectivo excedente o déficit.

6.11.1 Flujo de caja económico

Tabla 107: Flujo de caja económico
(Expresado en soles)

Periodo (años)	0	2021	2022	2023	2024	2025
-----------------------	----------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Ingresos Operativo		460,820.04	474,579.52	493,429.84	517,898.06	548,695.50
Costo de venta		195,776.80	201,650.10	209,716.11	220,201.91	233,414.03
Gastos de ventas		20,372.00	20,779.44	21,195.03	21,618.93	22,051.31
Gastos Fijos		19,800.00	20,166.00	20,569.32	21,011.61	21,495.51
Gasto de personal		99,417.60	101,405.95	103,434.07	105,502.75	107,612.81
Materiales indirectos		500.00	515.00	535.60	562.38	596.12
Gastos administrativos		15,809.00	16,125.18	16,447.68	16,776.64	17,112.17
Impuesto a la renta		9,512.07	10,633.29	11,829.51	12,912.02	14,544.74
Egresos Operativos		361,187.47	371,274.96	383,727.32	398,586.24	416,826.69
Flujo de Caja Operativo		99,632.57	103,304.56	109,702.52	119,311.82	131,868.81
Inversiones en Activo Fijo Tangible	15,500.00					
Inversiones en Activos Fijo intangible	1,755.69					
Inversiones en Capital de Trabajo	124,132.80					124,132.80
Valor residual						3,475.00
Total flujo de Inversiones	141,388.49	0.00	0.00	0.00	0.00	127,607.80
Flujo de caja económico	-141,388.49	99,632.57	103,304.56	109,702.52	119,311.82	4,261.01

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla líneas arriba se ha realizado el flujo de caja económico, donde se encuentran los ingresos operativos menos los egresos operativos, la cual es detallado también en el estado de ganancias y pérdidas. El valor residual se detalla en la depreciación de los activos tangibles.

6.11.2. Flujo de caja financiero

Tabla 108: Flujo de caja financiero
(Expresado en soles)

Periodo (años)	0	2021	2022	2023	2024	2025
Flujo de Caja Económico	-141,388.49	99,632.57	103,304.56	109,702.52	119,311.82	4,261.01
Flujo de deuda						
Ingresos por préstamos	41,388.49					
Egresos por servicio de deuda		28031.0504	28095.1097			
Total flujo de deuda	41,388.49	28,031.05	28,095.11	0.00	0.00	0.00
Flujo de caja financiero	-100,000.00	71,601.52	75,209.45	109,702.52	119,311.82	4,261.01

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla líneas arriba se ha realizado el flujo de caja financiero, aquí se detalla los ingresos por el préstamo que obtendremos. Se considera también dentro de los egresos el servicio de deuda, considerando el escudo fiscal por el ahorro tributario.

6.12. Estado de Ganancias y Pérdida

Tabla 109: Depreciación de activos tangibles
(Expresado en soles)

Concepto / Periodo	Valor inicial	Vida Útil	Tasa Anual	1	2	3	4	5	Depreciación acumulada	Valor residual
Computadoras	6,750.00	4	25%	1,687.50	1,687.50	1,687.50	1,687.50	0.00	6,750.00	0.00
Impresoras	1,800.00	4	25%	450.00	450.00	450.00	450.00	0.00	1,800.00	0.00
Ventiladores	360.00	10	10%	36.00	36.00	36.00	36.00	36.00	180.00	180.00
Microondas	400.00	10	10%	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	200.00	200.00
Muebles y enseres	6,190.00	10	10%	619.00	619.00	619.00	619.00	619.00	3,095.00	3,095.00
TOTAL				2,832.50	2,832.50	2,832.50	2,832.50	695.00	12,025.00	3,475.00

Fuente: Elaboración propia en base a SUNAT

Tabla 110: Amortización de activos intangibles
(Expresado en soles)

Concepto / Periodo	Valor inicial	Vida Útil	Tasa Anual	1	2	3	4	5
Diseño de la Pagina Web	400.00	3	33%	133.32	133.32	133.32	0.00	0.00
Registro de marca	534.99	5	20%	107.00	107.00	107.00	107.00	107.00
Certificado de DIGESA	70.80	5	20%	14.16	14.16	14.16	14.16	14.16
Constitución legal	560.00	5	20%	112.00	112.00	112.00	112.00	112.00
Licencia de funcionamiento	189.90	5	20%	37.98	37.98	37.98	37.98	37.98
ACUMULADO				404.46	404.46	404.46	271.14	271.14

Fuente: Elaboración propia en base a SUNAT

Tabla 111: Total Depreciación y amortización
(Expresado en soles)

Años	1	2	3	4	5
Depreciación + amortización	3,236.96	3,236.96	3,236.96	3,103.64	966.14

Fuente: Elaboración propia

Tabla 112: Estado de ganancias y pérdidas
(Expresado en soles)

Estado de Ganancias y perdidas						
Periodo	0	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos		460,820.04	474,579.52	493,429.84	517,898.06	548,695.50
Costo de venta		195,776.80	201,650.10	209,716.11	220,201.91	233,414.03
Utilidad bruta		265,043.24	272,929.41	283,713.73	297,696.15	315,281.47
Gastos de ventas		20,372.00	20,779.44	21,195.03	21,618.93	22,051.31
Gastos fijos		19,800.00	20,166.00	20,569.32	21,011.61	21,495.51
Gasto de personal		99,417.60	101,405.95	103,434.07	105,502.75	107,612.81
Materiales indirectos		500.00	515.00	535.60	562.38	596.12
Gastos administrativos		15,809.00	16,125.18	16,447.68	16,776.64	17,112.17
Depreciación y amortización		3,236.96	3,236.96	3,236.96	3,103.64	966.14

Utilidad operativa		105,907.68	110,700.88	118,295.07	129,120.20	145,447.41
Gastos Financieros		10,786.96	4,368.03			
Utilidad Antes de Impuestos		95,120.72	106,332.85	118,295.07	129,120.20	145,447.41
Impuesto a la renta		9,512.07	10,633.29	11,829.51	12,912.02	14,544.74
Utilidad neta		85,608.65	95,699.57	106,465.56	116,208.18	130,902.67

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla líneas arriba se ha realizado el estado de ganancias y pérdidas de la empresa Delicias S.A.C. la cual inicia con los ingresos por ventas, restándole el costo de venta, obteniendo como resultado en el primer año una utilidad bruta de S/. 265,043.24, esto representa el monto restante para cubrir los costos operativos, financieros y fiscales.

Luego vienen los Gastos operativos, la cual tenemos dentro de ella a los gastos de ventas, gastos fijos, gastos de personal, gastos administrativos, la depreciación y amortización, dando como resultado una Utilidad Operativa de S/. 105,907.68 en el primer año. Esto representa la utilidad obtenida por vender nuestro producto en este caso los “snacks naturales”. Estos montos no se consideran los costos financieros, ni los fiscales.

Después se consideraron los gastos financieros dándonos la Utilidad antes de impuestos, obteniendo un resultado de S/. 95,120.72. Por último, se realizó el cálculo del impuesto a la renta dándonos una Utilidad neta después de impuesto de S/. 85,608.65 para el primer año. Esto viene a ser la utilidad de los accionistas luego de haber cumplido con todas las obligaciones como empresa.

6.13. Evaluación de la Inversión

6.13.1. Evaluación Económica

Tabla 113: Resultado económico

Calculo del Van:

VAN ECONOMICO	S/.73,412.55
----------------------	---------------------

Calculo del TIR:

TIR ECONOMICO	63.71%
----------------------	---------------

VANE	S/.73,412.55
TIRE	63.71%

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla líneas arriba, se observa la evaluación económica de la empresa, con esto podemos concluir que este proyecto es rentable, esto se debe a que el flujo de efectivo económico cumple con las condiciones para el proyecto pueda ser aceptado. Obteniendo un VANE de S/.73,412.55, y un TIRE de 63.71%.

El proyecto cumple con la siguiente regla para que sea aceptado:

$$\mathbf{VAN > 0, TIR > COK}$$

6.13.2. Evaluación Financiera

Tabla 114: Resultado financiero

VAN FINANCIERO	S/.75,473.33
TIR FINANCIERO	74.08%

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla líneas arriba, se observa la evaluación financiera, la cual quiera que cumplir con lo siguiente:

$$\mathbf{VANF > VANE, TIRF > TASA DE INTERÉS DEL BANCO}$$

Produciendo esto un apalancamiento financiero para beneficio del inversionista. Luego de haber realizado el cálculo se obtuvo que el VAN FINANCIERO es de S/.75,473.33 y el TIR FINANCIERO es de 74.08%.

Concluyendo de esta manera que el proyecto es rentable.

6.13.3. Evaluación social

El presente proyecto es sobre la exportación de Snacks naturales la cual son elaborados a base de ñuña dulce; este proyecto no conlleva a conflictos sociales, si no que nos ayuda a conocer un poco más de nuestro país, ya que la “ÑUÑA” es un producto que muy pocas personas lo conocen y no es explotado, por ende es muy beneficio al país porque podríamos generar mayores puestos de trabajos, y dar a conocer más la materia prima en otros países.

6.13.4. Impacto ambiental

Delicias S.A.C. o que se conocerá más por mi público objetivo como NUMIX SNACKS, es una empresa la cual exportara snacks naturales hechos a base de ñuña dulce; estas comprometidos con el medio ambiente, teniendo la responsabilidad de cuidarlo evitando utilizar mucha energía, agua y optar por imprimir solamente lo importante. Nuestra materia prima es muy importante para nosotros es por ello que cuidaremos del medio ambiente dándole un correcto uso y evitando desperdicios.

Este proyecto no presenta impacto negativo en el medio ambiente, por eso es un plan factible de realizarlo, no afecta en lo absoluto.

6.14. Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

El costo de oportunidad que es más conocido como COK, es una manera de medir la tasa mínima que un inversionista espera ganar en cuanto a la rentabilidad de la inversión propia.

Su efecto del COK es universal y real a nivel mundial. A partir de ella, las empresas van generando valor para el propietario. Concluyendo que el retorno del proyecto de inversión debe ser igual o mayor.

Tabla 115: Resultado del cálculo del COK Y WACC

COK (COSTO DE OPORTUNIDAD DEL CAPITAL)	13%
TASA DE INTERES BANCARIA	35%
% APORTE PROPIO	71%
% TERCEROS	29%

WACC - TASA DE DESCUENTO	28.7%
---------------------------------	--------------

FORMULACION COK

Tasa Libre de Riesgo (RF) - rentabilidad de bonos US	0.64%
Rentabilidad de mercado Colombia	10%
Beta del mercado Colombiano	1.00
Tasa de riesgo país	3.10%
COK	13.4%

Fuente: **Elaboración propia**

Para Empresa Actual (2019):

El WACC, de las siglas en inglés Weighted Average Cost of Capital, también denominado coste promedio ponderado del capital (CPPC), es la tasa de descuento que se utiliza para descontar los flujos de caja futuros a la hora de valorar un proyecto de inversión.

6.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Para el cuadro de riesgo del tipo de cambio se realizara un análisis que consiste en comparar diferentes escenarios y a la vez podemos evaluar qué impacto obtenemos en el presupuesto de caja. Por ejemplo si el tipo de cambio sube esto favorece al exportador que vende en dólares y compra en soles; en cambio si el dólar baja esto no sería muy favorable para un exportador.

A continuación, se mostrara el cuadro de riesgo del tipo de cambio en tres escenarios diferentes; este análisis se realizó utilizando las ventas, a utilidad neta, el VAN económico, el VAN financiero, el TIR económico y el TIR financiero. Se tomó el tipo de cambio de cinco años atrás (2016 hasta el 2020) y se realizó el cálculo de la desviación estándar.

Tabla 116: Análisis de sensibilidad con tipo de cambio
(Expresado en soles)

	3.409	3.50	3.591
CONCEPTO	TIPO DE CAMBIO MAS BAJO	TIPO DE CAMBIO ACTUAL ESPERADO	TIPO DE CAMBIO MAS ALTO
VENTAS	S/ 423,705.30	S/ 423,705.30	S/ 423,705.30
UTILIDAD NETA	S/ 71,517.17	S/ 85,608.65	S/ 96,178.23
VAN ECONOMICO	S/ 61,415.23	S/ 73,412.55	S/ 86,409.88
VAN FINANCIERO	S/ 55,515.68	S/ 75,473.33	S/ 88,505.23
TIR ECONOMICA	0.48	0.64	0.78
TIR FINANCIERA	0.58	0.74	0.88

AÑO	Tipo de Cambio
jul-16	3.28
jul-17	3.251
jul-18	3.269
jul-19	3.287
jul-20	3.499
DESVIACION ESTANDAR	0.091

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla líneas arriba, podemos ver el análisis que se realizó con el tipo de cambio y como este impacta en tres diferentes escenarios. Cabe mencionar que favorece al exportador siempre y cuando el tipo de cambio suba, ya que vendemos en dólares y compramos en soles.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- Se concluye, en la parte que respecta a la organización y los aspectos legales que la empresa Delicias S.A.C. se acogerá al Régimen Tributario MYPE, la cual nos permitirá reducir costos para dar inicio a nuestras operaciones. Por otro lado, en el régimen laboral, al ser Delicias S.A.C. una microempresa, se acogerá al Régimen Especial Laboral.
- En cuanto al plan de marketing, Delicias S.A.C. o por su nombre comercial NUMIX SNAKCS, exportara snacks naturales que serán elaborados a base de ñuña dulce. Se realizó un estudio del mercado, concluyendo que en Colombia el mejor mercado para poder empezar a distribuir el producto es en Bogotá, siendo este el más conocido y con un mayor número de habitantes. En esta ciudad se realiza mucho la venta de Snacks y es por ello que fue atractivo al momento de realizar el estudio de mercado.
- Por otro lado, en el plan de Logística, la empresa Delicias S.A.C. se asegurara que toda la cadena logística se cumpla de manera adecuada y responsable. Se realizó un estudio para determinar sus proveedores, así como también los sustitutos a estos para tener un plan secundario en caso de fallas o también en el escenario que nuestra oferta exportable tenga un posible incremento con respecto a su demanda.
- De igual forma en el plan de comercio para poder realizar una correcta exportación y de acuerdo al trato realizado con nuestro proveedor la empresa Delicias S.A.C. utilizará el Incoterm FOB 2020. También se concluye que al ser venta de snacks naturales y es para consumo, se utilizara el régimen de exportación definitiva.
- Finalmente, se realizó la evaluación económica y financiera del presente plan de negocio donde se llega a la conclusión de que el proyecto es viable ya que se cumplen los criterios, es decir,

obtenemos un TIR Económico de 63.71%, y un TIR Financiero de 74.08% por arriba del costo financiero y del costo del accionista. Por otro lado, obtuvimos un VAN Económico de S/.73,412.55 y un VAN Financiero de S/.75,473.33, siendo un indicar optimista para ingresar a este rubro de negocio.

7.2. Recomendaciones

- Recomendamos a Delicias S.A.C. mantener actualizada su matriz FODA, esto con el fin de mientras avanza el proyecto podamos ir identificando nuestras nuevas amenazas y debilidades y así poder fijar estrategias que nos ayude a seguir avanzando. Esta crisis del COVID nos ha dejado una enseñanza que debemos ir actualizándola constantemente ya que no sabemos cuándo puede volver a ocurrir una pandemia mundial como la que estamos viviendo en estos momentos.
- En cuanto al producto se recomienda ir evaluando a los proveedores, ya que es bueno verificar si se están cumpliendo con todos los estándares de calidad y ofrecer a nuestro cliente final un buen producto. Es recomendable, si se ven errores en el primer año, realizar un nuevo estudio y sustituir a tu proveedor principal.
- Se recomienda también que Delicias S.A.C. siga trabajando bastante con sus estrategias de promoción, hoy en día, con la crisis de la pandemia del Covid, la mayoría de empresarios invierten en redes sociales, es bueno tener presencia en estas redes, ya que podríamos ampliar nuestro público objetivo. Esto con el fin de que a un futuro podamos ingresar al mercado con marca propia, y su vez producir el producto en su propia fábrica.
- Es recomendable, que luego del primer año se vuelvan a realizar estudios de mercado, esto con el fin de analizar que nichos nuevos de mercado podemos llegar con nuestro producto “NUMIX SNACKS”.
- Como parte de una empresa que vende Snacks es bueno que se logre participar en varias ferias internacionales, y quizás no solo en

las de Colombia, se podría participar en otros países para así ver si nuestro nicho puede crecer.

- Por último, se recomienda realizar un estudio constante de toda la cadena de suministro del producto, esto con el fin de controlar que el producto llegue a nuestro cliente final con las características que la empresa determine y no tenga problema alguno al momento del consumo. A su vez, también evaluar constantemente los indicadores económicos y financieros de la empresa para así seguir evaluando su viabilidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- SUNAT (2020). 03. *Tablas Anexas*. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/personas-menu/ruc-personas/inscripcion-al-ruc-personas/6745-03-tablas-anexas-ruc-personas#A1>
- MUNICIPALIDAD DE LA VICTORIA (2020). *Requisitos para obtener la Licencia de Funcionamiento*. Obtenido de https://www.munilavictoria.gob.pe/index.php/licencias-de-funcionamiento?v=req_lic_funcionamiento
- EL PERUANO (2007). *Ley marco de licencia de funcionamiento*. Obtenido de <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/28976.pdf>
- Martos, R. (2009). *Cultura Corporativa: Misión, Visión y Valores en la Gestión Estratégica de las empresas del sector de la Automoción en España*. Obtenido de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/6784/TRMC1de1.pdf>
- Definicion.De. *DEFINICIÓN DE PRINCIPIO ÉTICO*. Obtenido de <https://definicion.de/principio-etico/>
- Gutiérrez, M. (2013). *La Cultura Organizacional, Variable Importante Para Obtener Ventaja Competitiva*. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/10669/GutiérrezFierroMelissa2013.pdf;jsessionid=62B1FDC738A93F59E0BC9B712B54F029?sequence=1>
- Mi propia empresa. (2016). *Promulgan Ley N° 30056 que modifica la actual Ley MYPE y otras normas para las micro y pequeñas empresas*. Obtenido de <https://www.mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype-y-otras-normas-para-las-micro-y-pequenas-empresas/>
- IG.COM. *Junta General de Accionistas* (definición). Obtenido de <https://www.ig.com/es/glosario-trading/definicion-de-junta-general-de-accionistas>

- *Emprendepyme. ¿Qué es la forma jurídica de una empresa?* Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-forma-juridica-de-una-empresa.html#:~:text=La%20definici%C3%B3n%20de%20forma%20jur%C3%ADdica,car%C3%A1cter%20individual%2C%20societario%20o%20cooperativo.>
- *Emprendedor. (2013). Características de una Sociedad Anónima Cerrada.* Obtenido de <https://emprendedor.pe/primer-empresa/caracteristicas-de-una-sociedad-anonima-cerrada/>
- *Indecopi. Registro de Marca y Otros Signos.* Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
- *Indecopi. Aprende A Registrar Tu Marca.* Obtenido de https://www.indecopi.gob.pe/documents/2879220/2881490/GUIA_REGISTRA_MARCA
- *Diario Gestión. (2018). ¿Cuáles son los regímenes tributarios y en qué se diferencian?* Obtenido de <https://gestion.pe/tu-dinero/regimenes-tributarios-diferencias-pagar-impuestos-empresas-peru-nnda-nnlt-250529-noticia/>
- *SUNAT. Regímenes Tributarios.* Obtenido de <http://eboletin.sunat.gob.pe/index.php/component/content/article/1-orientacion-tributaria/321-regimenes-tributarios->
- *Emprender SUNAT. (2019) ¿Cómo me inscribo en el RUC?* Obtenido de <http://emprender.sunat.gob.pe/como-me-inscribo-en-el-ruc#:~:text=Pasos%20para%20inscribirte%20al%20RUC%20usando%20la%20Preinscripci%C3%B3n%20por%20Internet,-Ingresa%20al%20Portal&text=Ac%C3%A9rcate%20a%20un%20Centro%20de,al%20RUC%20%E2%80%93%20Persona%20con%20Negocio.>
- *SUNAT (2020). Planilla Electrónica.* Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica>
- *Ministerio del trabajo y promoción del empleo. El 1, 2, 3 de la formalización laboral.* Obtenido de

https://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORE S/DLT_formacion_laboral.pdf

- PQS. *Que tipos de contratos laborales existen en el Perú*. Obtenido de <https://www.pqs.pe/economia/que-tipos-de-contratos-laborales-existen-en-el-peru>
- AgroNoticias (2019). *Propiedades nutricionales de la Ñuña o frijol reventón*. Obtenido de <https://agronoticias.pe/alimentacion-y-salud/propiedades-nutricionales-de-la-nuna-o-frijol-reventon/>
- Marmolejo, K. (2018). *VARIABILIDAD GENÉTICA DEL FRIJOL COMÚN TIPO ÑUÑA (Phaseolus vulgaris L.) EN LAS LOCALIDADES DE CARHUAZ Y CHIQUIÁN, ANCASH*. Obtenido de <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/3398/marmolejo-gutarra-karina-jessica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Web Empresas (2019). *La Cadena De Valor De Michael Porter*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/la-cadena-de-valor-de-michael-porter/>
- PromPerú (2016). *Guía de Mercado Multisectorial Colombia*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/168984754rad14FA3.pdf>
- OECD (2019), *Estudios Económicos de la OCDE: Colombia 2019*, OECD Publishing, Paris, Obtenido de <https://doi.org/10.1787/805f2a79-es>.
https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/2019%20Economic%20Survey%20of%20Colombia_Spanish.pdf
- Banco de la República Bogotá, D. C., Colombia. (2020). *Informe De La Junta Directiva Al Congreso De La República*. Obtenido de <https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/9827/informe-congreso-marzo-2020.pdf>
- *Colombia: Balance 2019 y Perspectivas 2020*. Obtenido de <http://www.andi.com.co/Uploads/ANDI%20-%20Balance%202019%20y%20Perspectivas%202020%20-%20VF.pdf>
- Comunidad Andina. Obtenido de <http://www.comunidadandina.org/>

- Alianza del Pacífico. Obtenido de <https://alianzapacifico.net/>
- SUNAT. Obtenido de http://www.sunat.gob.pe/legislacion/oficiosAd/2008/informes/i050_2008.htm#:~:text=El%20PECO%2C%20es%20un%20tratado,amaz%C3%B3nicas%20de%20las%20precitadas%20Rep%C3%ABlicas.
- Libretilla (2020). *Las 20 ciudades más pobladas de Colombia*. Obtenido de <https://libretilla.com/ciudades-mas-grandes-de-colombia-por-poblacion/>
- EcuRed. *Bogotá (Colombia)*. Obtenido de [https://www.ecured.cu/Bogot%C3%A1_\(Colombia\)](https://www.ecured.cu/Bogot%C3%A1_(Colombia))
- EcuRed. *Santiago de Cali*. Obtenido de http://www.ecured.cu/Santiago_de_Cali
- EcuRed. *Medellín*. Obtenido de <https://www.ecured.cu/Medell%C3%ADn>
- Neuromedia. *EL NUEVO PERFIL DEL CONSUMIDOR EN COLOMBIA*. Obtenido de <https://www.neuromedia.com.co/noticias/nuevo-perfil-del-consumidor-colombia/>
- Ochoa, J. *SNACKS SALUDABLES: CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMIDOR*. Obtenido de http://www.aspromer.com/wp-content/uploads/2019/07/PONENCIA-FINAL_JUAN-ESTEBAN-OCHOA-AURA-MARCELA.pdf
- Datismacro.com *Economía y demografía de Estados Unidos*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises/usa>
- Jauregui, M. (2016). *Las 3 estrategias genéricas de Porter*. Obtenido de <https://aprendiendoadministracion.com/las-3-estrategias-genericas-porter/>
- Apaolaza, M. (2015). *Plan de Marketing y Estrategia de Posicionamiento para un emprendimiento de lencería infantil: Bellamia*. MAESTRÍA EN DIRECCIÓN EN NEGOCIOS. Obtenido de <https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/4064/Apaolaza%2C%20Maria%20Fernanda.%20Plan%20de%20Marketing%20y%20Estrategia%20de....pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Economipedia. *Canal de distribución indirecto*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/canal-de-distribucion-indirecto.html>
- OXXO. (2020). *Ubícanos*. Obtenido de <https://www.ofertia.com.co/tiendas/bogota/oxxo/filiales-r-20341228>
- Cámara de Comercio de Lima. (2020). *Ferias Internacionales*. Obtenido de <https://www.camaralima.org.pe/principal/categoria/ferias-internacionales/195/c-195>
- ADEX. (2020). Resultado Expoalimentaria 2019. Obtenido de <https://expoalimentariaperu.com/documents/informe-resultados-es.pdf>
- FeriasInfo. (2020). *Alimentec Bogotá*. Obtenido de <https://www.feriasinfo.es/Alimentec-M9102/Bogot.html>
- Cámara de Comercio de Lima. (2020). Ruedas de Negocio. Obtenido de <https://www.camaralima.org.pe/principal/categoria/ruedas-de-negocio/26/c-26>
- Camerdata. (2018). *La importancia de las visitas comerciales para tu empresa*. Obtenido de <https://www.camerdata.es/blog/importancia-visitas-comerciales-empresa/#:~:text=Las%20visitas%20comerciales%20tienen%20un,pe,rcepci%C3%B3n%20tiene%20un%20papel%20importante.>
- Moran Alimentos del Perú (2020). Obtenido de https://www.moran.com.pe/moran_nosotros.htm
- Mercado, D. (2011). *La Importancia De La Logística En Los Negocios Internacionales*. Programa de finanzas y negocios internacionales. Obtenido de <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0061600.pdf>
- Dinero. (2018) *¿Cómo está cambiando el negocio de los snacks en Colombia?* Obtenido de <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/como-esta-cambiando-el-negocio-de-los-snacks/263954>
- SIICEX. (2009). *Guía de envases y embalajes*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/188937685rad66DEB.pdf>

- Transeop. (2020). *Palet Americano o Universal: Características, medidas y peso*. Obtenido de <https://www.transeop.com/blog/Palet-Americano-universal-caracteristicas-medidas/401/>
- SENASA. (2020). *Embalaje de madera usados en el comercio internacional*. Obtenido de <https://www.senasa.gob.pe/senasa/embalajes-de-madera/>
- INDECOPI. (2013). *Guía informativa sobre rotulado*. Obtenido de https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/143803/guia_rotulado_2013.pdf
- Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos Colombia. (2015). *Instructivo para la vigilancia del rotulado de alimentos bebidas y sus materias primas*. Obtenido de https://www.invima.gov.co/web/guest/consultas-registros-y-documentos-asociados?p_p_id=com_liferay_portal_search_web_portlet_SearchPortlet&p_p_lifecycle=0&p_p_state=maximized&p_p_mode=view&_com_liferay_portal_search_web_portlet_SearchPortlet_mvcPath=%2Fview_content.jsp&_com_liferay_portal_search_web_portlet_SearchPortlet_redirect=https%3A%2F%2Fwww.invima.gov.co%2Fweb%2Fguest%2Fconsultas-registros-y-documentos-asociados%3Fp_p_id%3Dcom_liferay_portal_search_web_portlet_SearchPortlet%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dmaximized%26p_p_mode%3Dview%26_com_liferay_portal_search_web_portlet_SearchPortlet_redirect%3Dhttps%253A%252F%252Fwww.invima.gov.co%252Fweb%252Fguest%252Fconsultas-registros-y-documentos-asociados%253Fp_p_id%253Dcom_liferay_portal_search_web_portlet_SearchPortlet%2526p_p_lifecycle%253D0%2526p_p_state%253Dnormal%2526p_p_mode%253Dview%26_com_liferay_portal_search_web_portlet_SearchPortlet_mvcPath%3D%252Fsearch.jsp%26_com_liferay_portal_search_web_portlet_SearchPortlet_keywords%3Drotulado%26_com_liferay_portal_search_web_portlet_SearchPortlet_formDate%3D1592849434522%26_com_liferay_portal_search_web_portlet_SearchPortlet_scope%3Dthis-site&_com_liferay_portal_search_web_portlet_SearchPortlet_assetEn

tryId=1297969&_com_liferay_portal_search_web_portlet_SearchPortlet_type=document

- InformaBtl. (2017). La importancia de los símbolos de manipulación en el embalaje. Obtenido de <https://www.informabtl.com/la-importancia-de-los-simbolos-de-manipulacion-en-el-embalaje/>
- PromPerú. (2018). *Unitarización de la carga*. Obtenido de <https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/4102/UNITARIZACION%20DE%20LA%20CARGA.pdf?sequence=6&isAllowed=y>
- Jmlcorporation. (2014). Carga marítima: FLC – LCL ¿Qué significan? Obtenido de <https://jmlcorporation.com/espanol/blog/carga-maritima-flc-lcl-que-significan/>
- Solano, A. (2018). *La importancia de la DFI en el proceso de comercio internacional*. Obtenido de https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/3534/Importancia_DFI_proceso_comercio_internacional_2018_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Blog gs México. (2018) ¿Qué es la cadena de suministro y por qué es tan importante? Obtenido de <https://blog.gs1mexico.org/qu%C3%A9-es-la-cadena-de-suministro-y-por-qu%C3%A9-es-tan-importante#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20de%20la%20cadena,primas%2C%20la%20fabricaci%C3%B3n%20y%20la>
- Dirección general de salud ambiental – DIGESA. (2020). Obtenido de <http://www.digesa.minsa.gob.pe/institucional1/institucional.asp>
- Superintendencia nacional de aduanas y administración tributaria – SUNAT. (2020). *Funciones y Atribuciones*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/institucional/quienessomos/funciones.html>
- PromPerú. (2016). *Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos a Colombia*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/Guia-Colombia2016.pdf>
- Blog de logística. (2016)¿Qué es la trazabilidad de un producto? Obtenido de <http://blogdelogistica.es/que-es-la-trazabilidad-de-un-producto/>

- Intedya. (2020). *Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)*. Obtenido de <https://www.intedya.com/internacional/103/consultoria-buenas-practicas-de-manufactura-bpm.html>
- Kanvel. (2018). Seguros de transporte de mercancías: *Tipos y aspectos a considerar para una correcta elección*. Obtenido de <https://kanvel.com/seguros-de-transporte/>
- Obregón, R. (2012). *Modelos de contratos internacionales*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/469767587rad790CB.pdf>
- SIICEX. (2020). Partidas Arancelarias Del Producto, Exportadas En Los Últimos Años. Obtenido de http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=216.17100#anclafecha
- TRADE MAP. (2020). Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas. Obtenido de www.trademap.org
- Asesores de Pymes. (2011). El Convenio de Viena, las bases del contrato internacional. Obtenido de <https://asesoresdepymes.com/el-convenio-de-viena-las-bases-del-contrato-internacional/#:~:text=El%20Convenio%2C%20tambi%C3%A9n%20conocido%20por,acciones%20en%20caso%20de%20incumplimiento.>
- Santander. (2020). *Incoterms*. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/incoterms>
- Prom Perú. (2013). *Guía financiera para empresas exportadoras*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/468506723rad9D675.pdf>
- SUNAT. (2020). Exportación definitiva, procedimiento general. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/despa-pg.02.htm>
- Plataforma digital única del Estado Peruano. (2020). *Tramitar la exportación definitiva*. Obtenido de <https://www.gob.pe/7462-tramitar-la-exportacion-definitiva>

- Banco Central de Reserva del Perú. (2020). *ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR (IPC)*. Obtenido de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/anuales/resultados/PM05197PA/html>
- Finanzas corporativas. (2020). La verdad sobre usar las expectativas del mercado de capitales para predecir el COLCAP. Obtenido de [https://investigaciones.corficolombiana.com/documents/38211/0/Rentabilidad%20del%20capital%20propio%20\(Ke\).pdf/0a626af6-b9c7-05d9-c146-7c79cf1e1414](https://investigaciones.corficolombiana.com/documents/38211/0/Rentabilidad%20del%20capital%20propio%20(Ke).pdf/0a626af6-b9c7-05d9-c146-7c79cf1e1414)

ANEXOS

ANEXO N° 01: Formato de Solicitud de Reserva de Nombre



ANEXO 1: FORMULARIO

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:

Yo, _____ identificado con:

DNI¹ CIP CE OTROS _____ N° _____

en mi calidad de (titular socio abogado notario representante) domiciliado en _____, distrito de _____, Provincia de _____, ante Ud. con el debido respeto me presento y digo:

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA para:

Constitución Modificación de Estatuto

Podrá indicar hasta 03 nombres y de forma opcional sus correspondientes abreviaturas tratándose de denominaciones.¹

Sólo se concederá la reserva de un nombre (completo o abreviado) de forma excluyente.

NOMBRE COMPLETO DE LA PERSONA JURÍDICA OBLIGATORIO	NOMBRE ABREVIADO DE LA PERSONA JURÍDICA OPCIONAL
1. _____ _____	1. _____ _____
2. _____ _____	2. _____ _____
3. _____ _____	3. _____ _____

TIPO DE PERSONA JURÍDICA: (Marque una opción)

S.A ASOCIACIÓN S.R.L COMITÉ S. CIVIL
 S.A.C E.I.R.L COOPERATIVA OSB

OTROS (precisar el tipo de persona jurídica) _____

NOMBRE (S) Y APELLIDOS DE TODOS LOS INTEGRANTES DE LA PERSONA JURÍDICA EN CONSTITUCIÓN O NOMBRE DE LA PERSONA JURÍDICA CONSTITUIDA EN CASO DE MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS O NOMBRE DE LAS PERSONAS AUTORIZADAS PARA LA FORMALIZACIÓN (tetra imprenta):

Lima, _____ de _____ del 20__

Firma del Solicitante

¹ También podrá solicitar la reserva de nombre ingresando a la página web www.sunarp.gob.pe servicios en línea, donde podrá indicar hasta cinco (5) nombres y de forma opcional sus abreviaturas tratándose de denominaciones.

ANEXO N° 02: Solicitud de Registro de Marca de Producto o Servicio



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

DIRECCION DE SIGNOS DISTINTIVOS SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE

1. **DATOS DEL SOLICITANTE** N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el anexo A por cada solicitante adicional)

<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL	<input type="checkbox"/> PERSONA JURIDICA
Tipo de empresa (*) (marque de corresponder): <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____	
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución)	
Nacionalidad / País de Constitución: Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda): Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídicas RUC <input type="checkbox"/>	
Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica):	
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú	
Dirección:	
Distrito: Referencias de domicilio:	Provincia: Departamento:
En caso de contar con el servicio de casilla electrónica, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en www.indecopi.gob.pe) De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a esta casilla.	Número de teléfono fijo y/o celular

2. **INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (marcar la opción de corresponder):**

(De tener el solicitante un documento de poder privado, se considerará como denominación del solicitante lo señalado en el encabezado del documento de poder, en caso de tener una partida registral, se tomará la denominación que consta en dicha partida)

<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación.
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentada en el expediente N°: _____ (Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)
<input type="checkbox"/> Bajo declaración jurada informo que la facultad de representación se encuentra inscrita ante Sunarp , en la Partida registral N° _____ Asiento N° _____

3. **PAGO DE TASA ADMINISTRATIVA (No llenar si adjunta voucher)**

N° de comprobante _____	Fecha de pago _____
-------------------------	---------------------

4. **PRIORIDAD EXTRANJERA (marcar la opción de corresponder):**

<input type="checkbox"/> Marcar este recuadro si reivindica Prioridad Extranjera (Llenar ANEXO C)

5. **INTERÉS REAL PARA OPOSICIÓN ANDINA (llenar sólo de ser el caso):**

5.1 Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real de la oposición formulada en el(los) Expediente(s) N° _____	5.2 Clase(s) _____
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------

(*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayor a las 150 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 150 U.I.T. ni mayor a las 1700 U.I.T. y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 1700 U.I.T. ni mayor a las 2300 U.I.T.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Tel: 224 7800

E-mail: asesoriavirtualesd@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

F-MAR-03/03

6. DATOS RELATIVOS A LA MARCA A REGISTRAR

<p>6.1. Tipo de Marca:</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa (compuesto sólo por palabras y/o números)</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa con grafía (compuesta por una o más palabras con un tipo de letra particular, con o sin color)</p> <p><input type="checkbox"/> Mixta (combinación de palabras y elementos gráficos)</p> <p><input type="checkbox"/> Tridimensional (constituida por envases u otras formas, vistas de todos sus ángulos)</p> <p><input type="checkbox"/> Figurativa (compuesta sólo por una o más figuras, con o sin colores)</p> <p><input type="checkbox"/> Otros: _____</p>	<p>6.2. En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA, escriba la denominación a solicitar</p>	<p>6.3. Reproducción del Signo</p> <p>En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL, insertar la reproducción de la marca.</p> <p><small>Se sugiere enviar copia fiel del mismo logotipo al correo: lpms-dat@indecopi.gob.pe (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles) Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.</small></p>						
<p>6.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> (en caso de NO MARCAR alguna opción, y de contener el signo algún color, se protegerán éstos conforme aparecen en la reproducción adjuntada)</p>								
<p>6.5. LISTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS (De solicitar una marca multiclase, deberá pagar una tasa de tramitación por cada clase en la que solicita el registro. Asimismo, es responsabilidad del usuario la correcta inclusión de los productos y/o servicios en la solicitud y su posterior verificación en la Gaceta electrónica del Indecopi)</p> <table border="1" data-bbox="360 891 1426 1070"> <thead> <tr> <th>Clase</th> <th>Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table> <p>De no ser suficiente el espacio anterior, indicar las clases, productos y/o servicios adicionales en el ANEXO B</p>			Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi)				
Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi)							

7. FIRMA DEL SOLICITANTE O DEL REPRESENTANTE, DE SER EL CASO

Firma (conforme aparece en su documento de identidad)	Nombre y/o calidad del firmante

IMPORTANTE: Toda información consignada en esta solicitud se considera cierta, en atención al Principio de presunción de veracidad reconocido en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, la misma que estará sujeta a fiscalización posterior.

EXAMEN DE FORMA: Dentro de los quince (15) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, la Dirección verificará si la misma cumple con todos los requisitos previstos en los artículos 50 y 51 del Decreto Legislativo 1075. Si la solicitud contiene todos los requisitos, la Dirección emitirá la correspondiente orden de publicación.

PLAZO DEL PROCEDIMIENTO: 180 días hábiles contados desde el día siguiente de la presentación de la solicitud de registro.

En cumplimiento de lo dispuesto por la Ley N° 29733, Ley de protección de Datos Personales, le informamos que los datos personales que usted nos proporcione serán utilizados y/o tratados por el Indecopi (por sí mismo o a través de terceros), estricta y únicamente para administrar el sistema de promoción, registro y protección de derechos de propiedad intelectual (signos distintivos, invenciones y nuevas tecnologías, y derecho de autor) en sede administrativa, así como, de ser el caso, para las actividades vinculadas con el registro de usuarios del sistema de patentes, pudiendo ser incorporados en un banco de datos personales de titularidad del Indecopi.

Se informa que el Indecopi podría compartir y/o usar y/o almacenar y/o transferir su información a terceras personas, estrictamente con el objetivo de realizar las actividades antes mencionadas.

Usted podrá ejercer, cuando corresponda, sus derechos de información, acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos personales en cualquier momento, a través de las mesas de partes de las oficinas del Indecopi.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Tel: 224 7800

E-mail: asesoriavirtualdsd@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

F-MAR-03/03

ANEXO N° 03: COTIZACIÓN POR TRANSPORTE DE MERCANCIAS



Lima, 27 de Junio del 2020

Presente.- DELICIAS S.A.C.
Suleika Bravo

Asunto: Pre Liquidacion de Gastos Exportacion Embarque Maritimo LCL
Detalles: Bulto: 3 paletas / Peso:915.00 kgs/Volumen:4.5 m3 / Incoterms: FOB
Destino: Buenaventura, Colombia
Partida arancelaria: 0713.33.19.00 - Snacks

I.- Servicio Logistico Integral - Agente de Carga:

Cantidad	Descripcion	P. Unitario	P. Total	Igv	Total
1.00	Handling Local	USD 30.00	USD 30.00	USD 5.40	USD 35.40
1.00	Emision de BL N/N	USD 30.00	USD 30.00	USD 5.40	USD 35.40
1.00	Servicio logistico Integral	USD 280.00	USD 270.00	USD 48.60	USD 318.60
Monto Total			USD 330.00	USD 59.40	USD 389.40

II.- Cotizacion de Servicios de Aduanas:

Cantidad	Descripcion	P. Unitario	P. Total	Igv	Total
1.00	Comision Aduana	USD 120.00	USD 120.00	USD 21.60	USD 141.60
1.00	Gastos Operativos	USD 30.00	USD 30.00	USD 5.40	USD 35.40
1.00	Transporte Local	USD 100.00	USD 100.00	USD 18.00	USD 118.00
1.00	Gastos de almacen (CANAL NARANJA)	USD 90.00	USD 90.00	USD 16.20	USD 106.20
1.00	Aforo Fisico (CANAL ROJO)	USD 30.00	USD 30.00	USD 5.40	USD 35.40
1.00	Gastos de Almacen Aforo Fisico (CANAL ROJO)	USD 160.00	USD 160.00	USD 28.80	USD 188.80
Monto Total Canal V.			USD 340.00	USD 61.20	USD 401.20
Monto Total Canal R.			USD 440.00	USD 79.20	USD 519.20

Observaciones:

- La cotizacion no incluye gastos por previo, almacenaje, embalaje.
- La cotizacion no incluye esperas superiores a 4 horas para carga y descarga (Estiba).
- La cotizacion del servicio logistico integral abarca el V.B., Consolidacion, Manipuleo de carga. Que cobrara MSL DEL PERU S.A.C.
- los gasto de almacen lo cobra directamente el almacen (NEPTUNIA S.A.) y que sera facturador al exportador.
- El gasto de almacen en caso sea canal rojo incluye movilizacion, embalaje, estiba, enzunchado)

Calle Ivan Huerta 374 - Urb. Prol. Benavides II Etapa - Surco
Central Telefonica: 511 278 1238 / Cel. 51 978728503
www.cargot-racing.com

ANEXO N° 04: BOOKING

MSL DEL PERU S.A.C.

Av. SAN FELIPE 270 - JESUS MARIA - Lima 11 - JESUS MARIA

Teléfono : 51 1 4622333

Fax : 51 1 4622280



SUCURSAL DE LIMA, 27 de Junio de 2020

To : DELICIAS S.A.C.

From : Dayana Maldonado

Viaje 025N

De nuestra consideración :

Nos dirigimos a Uds. para informarles de la reserva tomada.

Mercadería : SNACKS// 0713.33.19.00

Línea Naviera	: HAMBURG SUD PERU	Salida	: 15/07/2020
N° de Booking	: COBUN20029D	Cut Off	: 08/07/2020
Vapor	: MAERSK VIRGINIA	Puerto Carga	: Callao
Bandera	: Hong Kong [HK]	Puerto Descarga	: BUENAVENTURA,CO
Cliente a Facturar	: CARGO T-RACING S.A.C.	Destino Final	: BUENAVENTURA,CO
Armador	: MSL DEL PERU S.A.C.		

CUIT : 30-68266220-0
V°B° Ag. Portuaria : AGENCIA COLUMBUS S.A.C.
Operador Portuario : AGENCIA COLUMBUS S.A.C.
Volumen : 4.50 M3
Bultos : 3
Peso : 915.00 KG
Giro Contenedo : DP WORLD CALLAO S.R.L.

Depósito : NEPTUNIA S.A.
AV. ARGENTINA NRO. 2085 URB. PLAYA RIMAC PROV. CONST. DEL CALLAO - PROV.
CONST. DEL CALLAO - CALLAO, Provincia Constitucional del Callao RUC :
20100010217

Por favor considerar que, para evitar cualquier problema con la identificación de su carga en destino, es muy importante que todos los bultos ingresados cuenten con las marcas correspondientes para su correcta identificación ya que cualquier inconveniente, demora o sobrecostos generados por la falta de estas marcas no será responsabilidad de MSL.

Declaracion ISF - Importer's Security Filing, por cuenta y orden del Importador o quien este designe por via formal. La no declaracion en tiempo o la declaración errónea, implicara multas y penalidades.

Sin otro particular, los saludamos muy atentamente.

Dayana Maldonado
Export OperationsAssistant
Lima, Peru
Ph: 511 462 2333 Int: 141
www.mslcorporate.com.pe
dmaldonado@mslcorporate.com.pe