



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

**EXPORTACIÓN DE LA CÚRCUMA EN POLVO PARA
USO MEDICINAL DESDE LIMA PERÚ 2019 AL
MERCADO HOLANDES - ROTTERDAM**

**PRESENTADO POR
JOSÉ LUIS LEANDRO NÚÑEZ CALDERÓN**

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

LIMA – PERÚ

2019



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

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

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



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

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**EXPORTACION DE LA CÚRCUMA EN POLVO PARA USO MEDICINAL
DESDE LIMA PERU 2019 AL MERCADO HOLANDES - ROTTERDAM**

Presentado por:

Bachiller: José Luis Leandro Núñez Calderón

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

Lima - Perú

2019

DEDICATORIA

El presente plan de negocio se lo dedico en primer lugar a Dios porque siempre está conmigo, guiándome y dándome la fe y fortaleza que necesito. También a mi familia, por el gran apoyo y soporte que me da día a día, a mi padre que está en el cielo guiándome y protegiéndome a cada momento quien fue el que me enseñó principios y valores para ser una mejor persona.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la posibilidad de desarrollar mi plan de negocio con perseverancia, concentración y ánimo; a mi papá que desde lo alto me guía y me cuida, mi mamá y mi hermana por la paciencia y apoyo durante el desarrollo. Así como también a mis profesores, quienes con su conocimiento me guiaron y brindaron soporte profesional.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	13
1.- ESTRUCTURA DEL PLAN	15
2.- ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	17
2.1. Nombre o razón social	17
2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)	17
2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial	18
2.3.1 Ubicación	18
2.3.2 Factibilidad Municipal y Sectorial	21
2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha	22
2.4.1 Objetivos	22
2.4.2. Misión	23
2.4.3 Visión	24
2.4.4 Principios de la empresa	24
2.4.5 Valores:	25
2.4.6 Matriz FODA	25
2.4.7 Política y cultura organizacional:	29
2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características	29
2.6. Estructura Orgánica	30
2.6.1 Principales funciones del personal.	31
2.7. Cuadro de asignación de personal.	35
2.8. Forma Jurídica Empresarial	36
2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI	40
2.10. Requisitos y Trámites Municipales:	41
2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades	43
2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.	46
2.14. Modalidades de Contratos Laborales.	47
2.15. Registro de Planillas Electrónica (PLAME):	49
2.16. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.	50
3.- PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL	53
3.1.- Descripción del producto	53
3.1.1 Clasificación arancelaria	56

3.1.2	Propuesta de valor	58
3.1.3	Ficha técnica comercial	64
3.2.-	Investigación del Mercado de Objetivo	66
3.2.1	Segmentación de mercado objetivo	71
3.2.1.1	Segmentación de mercado objetivo macro	71
3.2.1.2	Segmentación de mercado objetivo micro GEO	77
3.2.2	Tendencias de consumo	81
3.2.3	Análisis del entorno (PESTEL).....	82
3.3.-	Análisis de la oferta y la demanda	86
3.3.1	Análisis de la oferta	86
3.3.2	Análisis de la demanda.....	93
3.4.	Estrategias de Ventas y Distribución.....	97
3.4.1	Estrategias de segmentación.....	98
3.4.2	Estrategias de posicionamiento	99
3.4.3	Estrategias de ingreso al mercado	101
3.4.4	Estrategias de distribución	103
3.4.4.1	Ventas	103
3.4.4.2	Distribución	104
3.5.-	Estrategias de Promoción	106
3.6.-	Tamaño de planta, Factores condicionantes.....	112
4.-	PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL	115
4.1.	Envases, empaques y embalajes	115
4.1.1	Envase del producto	115
4.1.2	empaque del producto	117
4.1.3.	Embalaje de la Cúrcuma en polvo	118
4.2.	Diseño del rotulado y marcado	121
4.2.1	Diseño del rotulado	121
4.2.2	Diseño del marcado	126
4.3.	Unitarización y cubicaje de la carga	128
4.4.	Cadena de DFI de exportación	130
4.4.1.	Determinación de proveedores.....	130
4.4.2.	Determinación del proceso productivo	135
4.4.3.	Autoridades competentes en Perú y mercado de destino	139

4.4.4.	Aspectos de calidad, trazabilidad y certificaciones	141
4.4.4.1.	Aspectos de calidad	141
4.4.4.2.	Certificaciones	141
4.4.4.3.	Trazabilidad	142
4.4.5.	Determinación del operador logístico a intervenir	142
4.5.	Seguro de mercancías.....	149
5.-	PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL.....	153
5.1	Fijación de precios	153
5.1.1	Costos y precios.....	153
5.1.2	Cotización Internacional	159
5.2	Contrato de compra venta internacional y sus documentos.....	162
5.2.1	Contrato de compra venta internacional.....	162
5.2.2	Negociación de condiciones de compra venta.....	162
5.2.3	Elaboración de contratos adecuados al plan de negocios...	164
5.3	Elección y aplicación del Incoterm	172
5.4	Determinación del medio de pago y cobro	173
5.4.1	Elección de medios de pago	173
5.5	Elección del régimen de exportación	174
5.6	Gestión aduanera del comercio internacional	175
5.7.	Flujograma de exportación	177
5.8.-	Gestión de las operaciones de producción del bien o servicio a ejecutar: Flujo Grama.....	180
6.-	PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	182
6.1	Inversión Fija.....	182
6.1 1	Activos tangibles.....	182
6.1.2	Activos intangibles	183
6.2.	Capital de Trabajo.....	185
6.3.	Inversión Total	187
6.4.	Estructura de Inversión y Financiamiento	188
6.5.	Fuentes financieras y condiciones de crédito	189
6.6.	Presupuesto de costos	191
6.7.	Punto de Equilibrio.....	195
6.8.	Tributación de la exportación.....	197
6.9.	Presupuesto de ingresos.....	197

6.10 Presupuesto de egresos	198
6.11. Flujo de caja proyectado.....	202
6.11.1. Flujo de caja económico.....	202
6.11.2. Flujo de caja Financiero.....	203
6.12. Estado de Ganancias y Pérdida	203
6.14. Evaluación de la Inversión.....	204
6.14.1.- Evaluación Económica	204
6.14.2. Evaluación Financiera.....	205
6.14.3. Evaluación social	206
6.14.4 Impacto ambiental.....	206
6.15.-Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo	207
6.15.1. Costo de oportunidad	207
6.15.2. costo promedio ponderado de capital.....	208
6.16.-Cuadro de riesgo del tipo de cambio.....	209
7.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	211
7.1.- Conclusiones.....	211
7.2.- Recomendaciones.....	212
REFERENCIA BIBLIOGRAFICA	213
ANEXOS.....	217

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Actividad económica CIIU	18
Tabla 2: Método de factores ponderados	18
Tabla 3 .Distribucion de la empresa NATURCUR BIO SAC	20
Tabla 4: Costos y plazo de la licencia de funcionamiento	22
Tabla 5: Matriz FODA cruzado	26
Tabla 6: Ley MYPE N.º 30056.....	30
Tabla 7: Modificaciones de la ley 30056.....	30
Tabla 8: Cuadro de asignación de personal	35
Tabla 9: Cuadro de asignación al contador y calidad	36
Tabla 10: Características de la SAC	37
Tabla 11: Cuadro comparativo de las formas jurídicas.....	37
Tabla 12: Constitución de la empresa	39
Tabla 13: Procedimientos para registro de marca.....	40
Tabla 14: Micronutrientes de la cúrcuma (valores por 100gr.).....	54
Tabla 15: Clasificación arancelaria de la cúrcuma en destino	57
Tabla 16: Empresas de materia Prima.....	60
Tabla 17: Proveedores de maquila	61
Tabla 18: Contenido de nutrientes de la cúrcuma en polvo	61
Tabla 19: Ficha técnica comercial para la cúrcuma en polvo	64
Tabla 20: Importación internacional a nivel mundial de la partida 091030.....	66
Tabla 21: Exportaciones peruanas a nivel mundial de la partida 09103000000	67
Tabla 22: Exportaciones peruanas del año 2018 para la partida 09103000000	68
Tabla 23: Criterios de selección de mercado - detalle	69
Tabla 24: Principales ciudades y número de habitantes – países bajos	77
Tabla 25: Ciudades que importan productos de partida 091030.....	78
Tabla 26. Importaciones de la partida 0910.30.00.00 en kilogramos	78
Tabla 27: Principales países exportadores de la partida 091030.....	86
Tabla 28: Principales países exportadores de la partida 091030.....	87
Tabla 29: Crecimiento de las exportaciones de la partida 091030 (Crecimiento en valor) ...	88
Tabla 30: Total de exportaciones peruanas de la partida 0910300000	89
Tabla 31: Total de exportaciones peruanas de la partida 0910300000	90
Tabla 32 Crecimiento de las exportaciones de la partida 0910300000.....	90
Tabla 33: Empresas peruanas que comercializan la partida 0910300000.....	91
Tabla 34: Empresas peruanas que exportan la partida 0910300000 hacia Países Bajos.....	92
Tabla 35: Principales países importadores de la partida 091030	94
Tabla 36: Principales países importadores de la partida 091030	94
Tabla 37: Demanda de Rotterdam del 2014 - 2018 de la partida 0910300000.....	95
Tabla 38: Métodos de mínimos cuadrados	95
Tabla 39: Demanda proyectada del mercado	96
Tabla 40: Proyección de las exportaciones de la empresa	97
Tabla 41: Cuadro comparativo de precios	102
Tabla 42: Ferias internacionales en Holanda	108
Tabla 43: Lista de rueda de negocios internacionales.....	109

Tabla 44: Dimensiones del frasco.....	116
Tabla 45: Medidas de la caja	117
Tabla 46: Datos del importador	126
Tabla 47: Datos de Exportador	126
Tabla 48: Criterios para evaluación	131
Tabla 49: Matriz de selección de Proveedor de materia prima.....	131
Tabla 50: Criterios para selección de la empresa proveedora de frascos.....	132
Tabla 51: Ponderación para la selección de frascos de vidrio	132
Tabla 52: Criterio de elección de maquila	133
Tabla 53: Criterios para elección del proveedor de maquila.....	134
Tabla 54: Criterios de selección para operadores logísticos	143
Tabla 55: Matriz de selección de agente de aduana.....	144
Tabla 56: Cuadro de ponderación para la elección del medio de transporte.....	149
Tabla 57: Tipos de póliza.....	150
Tabla 58: Principales precios a nivel mundial de la partida 091030.....	154
Tabla 59: Principales precios de las exportaciones peruanas de la partida 0910300000	154
Tabla 60: Principales precios de empresas peruanas que exportan en la partida 0910300000	155
Tabla 61: Costo de producto tercerizado	155
Tabla 62: Costos de exportación.....	155
Tabla 63: Gasto de personal.....	156
Tabla 64: Gastos fijos	156
Tabla 65: Gastos administrativos.....	157
Tabla 66: Gastos de ventas	157
Tabla 67: Costos fijos	157
Tabla 68: Costos variables	158
Tabla 69: Costos totales	158
Tabla 70: Estructura de precio	158
Tabla 71: Costo unitario.....	159
Tabla 72: Información del plan para elaboración del contrato internacional.....	163
Tabla 73: FOB responsabilidades vendedor y comprador	172
Tabla 74: Ventajas y Desventajas de la Transferencia Interbancaria.....	173
Tabla 75: Comisiones Banco de crédito del Perú – BCP por la emisión de una Transferencia al Exterior.....	173
Tabla 76: Activos tangibles	182
Tabla 77: Depreciación de activos tangibles.....	183
Tabla 78: Activos Tangibles	184
Tabla 79: Amortización de activos intangibles.....	184
Tabla 80: Capital de trabajo	185
Tabla 81: Inversión total	187
Tabla 82: Estructura de la inversión	188
Tabla 83: Estructura de inversión y financiamiento	188
Tabla 84: Créditos bancarios - Capital de trabajo para microempresas.....	189
Tabla 85: Fuentes financieras y condiciones de crédito.....	189
Tabla 86: Flujo de Caja de Deuda.....	190

Tabla 87: Costo de Producto tercerizado	192
Tabla 88: Costos de exportación.....	192
Tabla 89: Materiales indirectos.....	193
Tabla 90: Gastos de personal	193
Tabla 91: Gastos fijos	194
Tabla 92: Gastos administrativos.....	194
Tabla 93: Gasto de ventas	195
Tabla 94: Costos fijos	195
Tabla 95: Costos variables	196
Tabla 96: Costos totales	196
Tabla 97: Estructura de precio	196
Tabla 98: Cantidad proyectada en los próximos años.....	197
Tabla 99: Saldo a favor del exportador.....	198
Tabla 100: Tasa de inflación del año 2013 al 2018	199
Tabla 101: Tasa de crecimiento de la demanda	199
Tabla 102: Costos variables	199
Tabla 103: Presupuesto proyectado de materiales indirectos	200
Tabla 104: Presupuesto proyectado de gastos de personal	200
Tabla 105: Presupuesto proyectado de gastos fijos.....	200
Tabla 106: Presupuesto proyectado de gastos administrativos	201
Tabla 107: Presupuesto proyectado de gastos de ventas.....	201
Tabla 108: Flujo de caja económico	202
Tabla 109: Flujo de caja financiero.....	203
Tabla 110: Estado de ganancias y pérdidas financiero	204
Tabla 111: Resultados económicos.....	205
Tabla 112: Periodo de recuperación económica	205
Tabla 113: Resultados financieros	205
Tabla 114: Periodo de recuperación financiera.....	206
Tabla 115: Beta apalancada	207
Tabla 116: Costo de oportunidad.....	208
Tabla 117: Costo Promedio ponderado de Capital	208
Tabla 118: Análisis de sensibilidad con tipo de cambio	210

INDICE DE FIGURAS

Ilustración 1. Ubicación de la empresa “NATURCUR BIO S.A.C”,	19
Ilustración 2. Distribución de la empresa NATUR CUR BIO S.A.C.....	20
Ilustración 3. Organigrama de la empresa “NaturCur Bio SAC”	31
Ilustración 4. Marca del producto	41
Ilustración 5. Regímenes tributarios	44
Ilustración 6. Cúrcuma en polvo en frasco de vidrio – marca blanca	54
Ilustración 7. Cúrcuma.....	55
Ilustración 8. Clasificación arancelaria – Perú.....	56
Ilustración 9. Clasificación Arancelaria – Holanda	56
Ilustración 10. Principales empresas peruanas exportadoras de cúrcuma al mundo.....	57
Ilustración 11. Cadena de valor de Porter	58
Figura 12. Valor agregado externo	64
Ilustración 13. Ranking de facilidad para hacer negocios.....	76
Ilustración 14. Indicadores de crecimiento.	83
Ilustración 15. Participación de mercados por empresa.....	93
Figura 16. Coeficiente de correlación	96
Ilustración 17. Estrategia de segmentación de Porter.	99
Figura 18. Posibles propuestas de valor.....	101
Ilustración 19. Canales de distribución internacional.	106
Figura 20: Datos agregados comerciales OCEX Netherlands	110
Figura 21: Matriz Ansoff	112
Ilustración 22. Plano de ubicación de la empresa NaturCur Bio S.A.C.....	113
Ilustración 23. Elaboración propia de las medidas del frasco de NaturCur Bio S.A.C.....	117
Ilustración 24. Diseño de la caja del producto	118
Ilustración 25. Medidas del Palet.....	119
Ilustración 26. Descripción del Pallet	119
Ilustración 27. Procedimiento de embalaje	120
Ilustración 28. Requerimientos de Etiquetado	123
Ilustración 29. Etiqueta de la cúrcuma en polvo	125
Ilustración 30. Pictogramas para las cajas de exportación.....	127
Ilustración 31. Pictogramas para las paletas de Exportación	128
Ilustración 32. Marcado de la caja	128
Ilustración 33. Características de la caja.....	129
Ilustración 34. Características del pallet	129
Ilustración 35. Proyección anual de envíos.....	130
Ilustración 36. Estrategias con los proveedores	135
Ilustración 37. Proceso productivo.....	136
Ilustración 38. Frecuencia de salida de la nave para puerto destino Rotterdam – Países Bajos	146
Ilustración 39. Rutas hacia el Puerto de Hamburgo- Alemania	147
Ilustración 40. Ruta a cubrir para seguro de mercancía	151
Figura 41: Modelo de cotización de NaturCur BIO S.A.C	161
Figura 42: Factura comercial de exportación.....	171

Ilustración 43: Tarifas / Persona Jurídica.....	174
Ilustración 44: Proceso de exportación Definitiva	179
Ilustración 45: Flujo de operaciones	180
Ilustración 46: diagrama de flujo de exportación.....	181

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente trabajo se evalúa la factibilidad de exportar Cúrcuma en polvo al mercado holandés, específicamente a la ciudad de Rotterdam. La iniciativa de exportar este producto es cubrir la demanda que tiene la tendencia a consumir productos naturales que contenga un alto índice de antioxidantes y demás beneficios para la salud y así llegar a otros mercados dentro de la región en un largo plazo, es así que se ofrece un producto que ya está en el mercado holandés con una excelente calidad y a un menor precio a diferencia a los que ya están en el mercado holandés siendo más competitivo respecto a la competencia.

Para el resultado satisfactorio del negocio consideramos distintos puntos los cuales son: organización, aspectos legales, plan de marketing, logística internacional, comercio exterior y plan económico financiero.

En primer lugar, realizamos el análisis de apertura del negocio, considerándose distintos aspectos como marco legal, tributario, laboral, ubicación, distribución de planta que sean aplicables para el funcionamiento de nuestro negocio.

Luego, se realizó el análisis del mercado objetivo, perfil del consumidor (hombres y mujeres entre 25 - 44 años) que buscan alimentos naturales, fácil de usar y nutritivo; análisis de competencia como punto de partida de las operaciones de exportación del producto, el potencial económico, la estabilidad política y social y otros criterios ponderados que arrojaron como resultado el mercado holandés.

Como tercer y cuarto punto; se definió el tipo de contrato a utilizar, medio de pago, las responsabilidades de ambas partes y los distintos procesos logísticos a tomar en cuenta, a fin de determinar la cadena de distribución física internacional óptima.

Como último punto, se analizaron los estados financieros, flujos de caja, análisis de sensibilidad para hallar nuestro precio de venta adecuado al mercado concluyendo que el proyecto es viable para su elaboración.

La inversión inicial de este proyecto asciende a S/. 137,116.96 Según la tendencia de la demanda, la empresa tendrá ventas mayores a S/.487,805 En el escenario moderado, se obtiene un VANE positivo de S/. 173,984.51 soles, un TIRE de 64.62% y un beneficio/costo de 2.48, el periodo de recuperación de la inversión en 23 meses en el

flujo económico y 21 meses en el flujo financiero; lo cual indica que este proyecto es rentable.

1. ESTRUCTURA DEL PLAN

La idea de plan de negocio es la exportación de la “**CÚRCUMA EN POLVO**” al mercado holandés, con un comercio justo y diversificación en el mercado internacional, siendo conocida mundialmente como una especia aromática, utilizada a diferentes usos en la industria, como es la gastronomía, la medicina, en el uso de colorante, de belleza y de manera alimenticia.

Esta planta tiene importantes propiedades medicinales que a lo largo de la historia son pocos los países que lo conocen como es la India, además se trata de una planta herbácea perenne con raíces o tubérculos, arrugados en el exterior, marrones por fuera y de un color naranja profundo en el interior, tiene propiedades antiinflamatorias ayuda a los problemas digestivos y de uso tópico por su cicatrización, además tiende a ser un producto muy beneficioso para el estado emocional de las personas, minimizando la irritabilidad, el estrés y es un buen antidepresivo natural.

El plan de negocio pretende minimizar la exportación sin valor agregado al mercado internacional, es por ello por lo que se generara la fomentación de un producto procesado a un mercado donde tiene una tendencia en el consumo de productos naturales para un mejor funcionamiento de los órganos y cuidado de la salud. Para posicionar el producto en el mercado internacional de Holanda se aplicará distintas herramientas de marketing donde se identificaran los puntos estratégicos para un mejor posicionamiento en la mente del consumidor holandés, además delimitando los principales consumidores de productos naturales que comprenden entre las edades de 18 a 55 años, además debemos resaltar que cada año el aumento de la importaciones del mercado holandés con respecto a los productos naturales va creciendo significativamente.

Según (AGRODATAPERU, 2019) las exportaciones de la cúrcuma en el año 2018 hasta diciembre alcanza los \$2 992 310 millones a un precio de \$2.08 el kilo, a mayo del 2019 las exportación de la cúrcuma alcanzo los \$964 810 mil a un precio de \$2.15 el kilo, a comparación del año anterior del 2018, Perú tiene una cantidad significativa exportada en un periodo corto, además se puede evidenciar que en valor FOB, Holanda representa el 42% teniendo una cantidad de \$405 309 mil al mes de mayo del 2019.

Con el presente plan de negocio el objetivo es el posicionamiento del producto en los principales puntos de distribución en Holanda, creando una inversión sólida y muy

significativa, además con las características que presenta el consumidor holandés que tiende a la priorización de la salud mediante el consumo de productos naturales, a través de un producto innovador, participando en principales ferias a nivel nacional e internacional mostrando grandes ventajas competitivas para una significativa diferenciación antes los demás productos en el mercado.

El éxito del plan de negocio depende de la propuesta de valor presentada al público objetivo con la finalidad de diferenciar el producto, cubriendo la necesidad del consumidor final, cuyo objetivo se basa en el cuidado y bienestar de la salud.

2.- ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. Nombre o razón social

La razón social de la empresa constituida será “**NATURCUR BIO S.A.C.**”, haciendo una separación de cada palabra elegida para el nombre de la empresa tenemos la palabra NATUR que viene de la palabra NATURAL siendo que el producto a comercializar será un producto natural para el bienestar de la salud y contribuyan al cuidado de su alimentación, la palabra CUR proviene de la palabra CÚRCUMA que es nuestro principal protagonista para el desarrollo de la idea de negocio, y la palabra BIO, hace referencia a la palabra vida.

La empresa NATURCUR BIO SAC, Es el nombre elegido para una mejor acogida por parte del consumidor holandés quienes principalmente son consumidores de productos naturales que generen una mejor calidad de vida y bienestar para la salud, siendo una fuente principal para su alimentación en general los productos naturales, además la creación de la empresa busca satisfacer una necesidad por parte del consumidor holandés mediante una alimentación sana y natural.

RAZON SOCIAL: “NATURCUR BIO S.A.C.”

RUC: 20715873384

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

Según la (SUNAT, 2019) indica que la codificación (CIIU) – CLASIFICACION INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME, comprende las clases de las actividades económicas teniendo referencia a las que producen bienes y servicios, siendo elaborada por la Organización de las naciones unidas y revisado bajo la dirección de la INEI.

Bajo este parámetro identificaremos la actividad económica en base a su clasificación industrial y codificación de la empresa que va dirigida.

Tabla 1: Actividad económica CIU

Clasificación	Descripción CIU
Sección G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas
División: 46	Comercio al por mayor, excepto de los vehículos automotores y motocicletas
Grupo: 463	Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco
Clase: 4630	Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco

Fuente: (INEI - INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA E INFORMATICA, 2019)

Elaboración propia

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

2.3.1 Ubicación

La ubicación establecida para la empresa y la ejecución de la idea de negocio ha tenido que ser muy minuciosa en donde el mismo establecimiento compartirá varios ambientes, parte administrativa y almacén, para la comercialización del producto al mercado holandés.

Es por ello, para poder desarrollar las actividades se tendrán que analizar algunos lugares que se tiene disponibles.

Opciones	Distrito
A	Santa Anita
B	Huaycán
C	La Victoria

Se aplica el método de factores ponderados para la localización del proyecto y una mejor viabilidad para su desarrollo.

Tabla 2: Método de factores ponderados

Factores	Peso relativo	Calificaciones		
		A	B	C
Facilidad de acceso	0.2	5	3	4

Proximidad al puerto	0.3	3	1	3
Disponibilidad de personal calificado	0.2	4	2	4
Costo de alquiler	0.15	2	4	3
Seguridad	0.15	3	2	2
Total	1	3.45	2.2	3.25

En la tabla mostrada se puede identificar algunos aspectos según el grado de importancia para el desarrollo de las actividades de la empresa en donde se muestra algunos factores que van de la mano según la ubicación elegida. Para el distrito de Santa Anita (A) saco un puntaje de 3.45, el distrito de Huaycán (B) saco u puntaje de 2.2 y el distrito de La Victoria saco un puntaje de 3.25, según estos resultados el más viable para el desarrollo de nuestras actividades es el distrito de Santa Anita ya que obtuvo el mayor puntaje en la tabla.

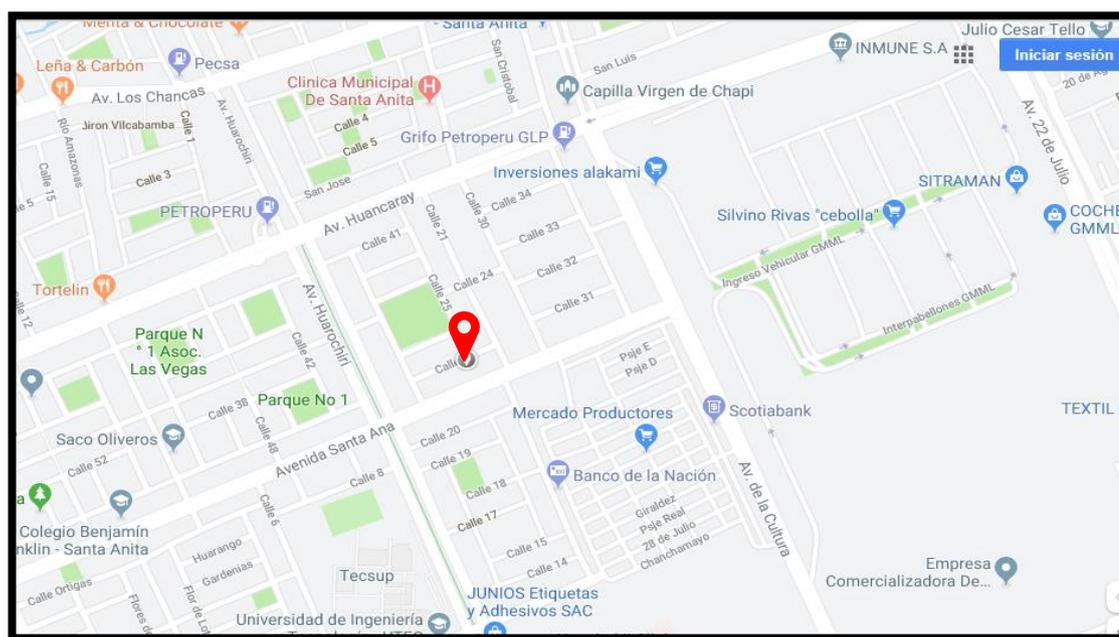


Ilustración 1. Ubicación de la empresa “NATURCUR BIO S.A.C”,

Fuente: Google Maps

En la figura se muestra la ubicación de la empresa que es Jr. Las Esmeraldas Mz. B6 Lote 35, urbanización Residencial Santa Anita – Santa Anita.

Distribución de los ambientes.



Ilustración 2. Distribución de la empresa **NATUR CUR BIO S.A.C.**

Fuente: elaboración propia

Tabla 3: Distribución de la empresa **NATURCUR BIO SAC**

AMBIENTES	
1	Recepción
2	Servicios higiénicos varones
3	Servicios higiénicos mujeres
4	Gerencia general
5	Área de marketing y comercial
6	Área logística y operaciones
7	Almacén
8	Sala de reuniones
9	Cocina
10	Estacionamiento

2.3.2 Factibilidad Municipal y Sectorial

Para el desarrollo de las actividades de la empresa “**NATURCUR BIO S.A.C**”, será necesario y muy importante el trámite de solicitar la licencia de funcionamiento correspondiente a la Municipalidad de Santa Anita para evitar cualquier inconveniente.

De acuerdo con el ordenamiento legal municipal previsto se menciona (Municipalidad de Santa Anita, 2019) los requisitos para la licencia de funcionamiento son los siguientes:

- Formato de solicitud – declaración jurada (debidamente llenada, número de RUC y/o carnet de extranjería del solicitante.
- Vigencia poder del representante legal
- Declaración jurada de observancia de condiciones de seguridad o inspección técnica de seguridad en edificaciones a detalle, según corresponda:
0 a 100 m² y capacidad de almacenamiento no mayor al 30% del área total del local: Establecimientos que requieran inspección técnica de seguridad de defensa civil básica, ex post al otorgamiento de la licencia de funcionamiento.

Adicionalmente, de ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos

- Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.
- Informar sobre el número de estacionamientos de acuerdo con la normativa vigente, en la declaración jurada
- Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que conforme a Ley la requieran de manera previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento (Decreto Supremo N.º 006-2013-PCM, publicado 10.01.2013).
- Copia simple de la autorización expedida por el Instituto Nacional de Cultura, conforme a la Ley N.º 28296, Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación.

LEGISLACION:

Ley Orgánica De Municipalidades, Ley N.º 27972

- Ley N.º 28976, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento.
- DECRETO SUPREMO N.º 006-2013-PCM - Aprueba la relación de autorizaciones sectoriales de las Entidades del Poder Ejecutivo, que deben ser exigidas como requisito previo para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento, de acuerdo con la Ley N.º 28976, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento.
- DECRETO SUPREMO N.º 058-2014-PCM - Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones
- Ley N.º 30230 - Ley que establece medidas tributarias, simplificación de procedimientos y permisos para la promoción y dinamización de la inversión en el País.
- Decreto Legislativo N.º 1200, Decreto Legislativo que modifica los artículos 2, 3, 6, 7, 8, 9, 11, 13 y 15 de la Ley N.º 28976, Ley Marco de Licencias de Funcionamiento y los artículos 12 y 14 de la Ley N.º 29664, Ley que crea el Sistema Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres.
- DECRETO SUPREMO N. 004-2011-VIVIENDA.

Tabla 4: Costos y plazo de la licencia de funcionamiento

Licencia De Funcionamiento				
Centro De Actividad Responsable	Objeto De Costo	Costo Unitario	%UIT	Plazo
Subgerencia De Comercialización De Licencias	Por Áreas Hasta 100 M ² (Incluye Inspección De Defensa Civil)	S/ 36.30	0.92%	15 días

Fuente: Municipalidad De Santa Anita

Elaboración propia.

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

2.4.1 Objetivos

Objetivo general:

Determinar la viabilidad de exportar y dar a conocer de manera eficaz y eficiente un producto no tradicional con grandes beneficios a la salud, enfocado al mercado holandés.

Objetivo específico:

- Analizar la demanda nacional e internacional de la cúrcuma para determinar la aceptación que tendrá en el mercado holandés.
- Identificar el mercado objetivo: el perfil del consumidor holandés, restricciones, entre otros aspectos que involucre el ingreso del producto al mercado.
- Definir las características del país respecto a la competitividad del producto a nivel nacional e internacional.
- Analizar los tratados de libre comercio internacional suscritos entre Perú y Holanda.
- Analizar la medida Arancelarias y no Arancelarias.
- Determinar el proceso logístico adecuado para la facilitación de la exportación de la cúrcuma en polvo.
- Identificar si la presentación del producto es la adecuada y cubre las principales necesidades del consumidor.
- Determinar normas, requerimientos y especificaciones que el producto y envase se debe de regir.
- Determinar el precio de exportación, plaza y promoción de la cúrcuma.
- Identificar principales distribuidoras que abastecen a los principales mercados en Holanda.
- Elaborar un análisis financiero en donde el producto sea viable para su exportación.

2.4.2. Misión

Lograr la satisfacción de nuestros clientes ofreciéndole un producto natural de calidad que beneficie y cuide nuestra salud a un precio justo, implicando a nuestro grupo trabajar en equipo y lograr la excelencia.

2.4.3 Visión

Ser una empresa reconocida a nivel nacional e internacional a través de la innovación por la calidad del producto, la mejora continua y la generación de valor al mercado de destino, haciendo partícipes a todos los agentes involucrados fortaleciendo la solidez y confianza en un gran equipo de trabajo.

2.4.4 Principios de la empresa

Los principios en el que basara la empresa serán los siguientes:

- **Integridad:** Siendo unos de los principales principios de la empresa haciéndonos visibles como organización recta, leal, justa, objetiva y transparente, actuando de manera coherente ante las normas y reglas adoptadas.
- **Lealtad:** Actuando con fidelidad y solidaridad dentro y fuera de la empresa, además un adecuado manejo de manera reservada respecto a la información otorgada por parte de la organización.
- **Eficiencia:** Desarrollando correctamente el desarrollo de las actividades optimizando los recursos proporcionados cumpliendo los objetivos y expectativas de la organización
- **Orientación al cliente:** Preocupándonos en las necesidades y expectativas del cliente para una mejor experiencia de manera agradable, confiable y satisfactoria, generando la fidelidad de estos.
- **Conciencia medioambiental:** Siendo la principal fuente de nuestro producto es muy importante en el desarrollo y conservación creando políticas internas que reduzcan nuestro impacto medioambiental.
- **Trabajo en equipo:** promoviendo a nuestros colaboradores a una labor organizada, aportando ideas innovadoras hacia la mejora continua en los procesos establecidos, asumiendo responsabilidades hacia un objetivo común.
- **Precio:** Establecer un precio competitivo acorde al mercado internacional ofreciendo un producto altamente de calidad optimizando los recursos sin bajar la calidad de este.

- **Innovación y mejoramiento:** desarrollando herramientas de mejora al producto, creando nuevas necesidades al consumidor generando mayor demanda privilegiando la calidad y presentación.

2.4.5 Valores:

- **Honestidad:** informar al cliente con total veracidad y transparencia el contenido de nuestro producto, suministrando en la cantidad y medida exacta según lo acordado, creando confianza y fidelización por parte de este.
- **Responsabilidad:** creando un ambiente en donde el desarrollo de tareas y actividades sea fundamental generando un compromiso mutuo entre ambas partes a su vez cumpliendo obligaciones tanto la empresa con los colaboradores, proveedores y clientes. Dando mejores beneficios a los empleados, generando mayores compras a grandes volúmenes y entregando productos de calidad a buen precio comprometiéndose con el cliente según lo acordado.
- **Respeto:** siendo un valor básico para una mejor relación con los clientes, proveedores y colaboradores de la empresa, reconociendo la opinión de las partes para llegar a un bien común.
- **Profesionalismo:** basándonos en la seriedad, constancia y entrega de cada miembro de la empresa en búsqueda del bien común cumpliendo las expectativas y las responsabilidades encomendadas, asumiendo retos diarios aplicando conocimientos y habilidades personales.
- **Puntualidad** cumplir con las responsabilidades encomendadas en el momento y lugar pactado tanto la empresa con los colaboradores, proveedores y clientes.

2.4.6 Matriz FODA

Tabla 5: Matriz FODA cruzado

FODA NATUR CUR BIO S.A.C.		
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES INTERNOS	1. Alta dotación de factores de producción, principalmente en tierra y mano de obra.	1. Oferta individual de productores es insuficiente, para satisfacer demanda de los fabricantes de productos naturales, en este caso la cúrcuma.
	2. Empresas fabricantes se encuentran comprometidas con la mejora continua (por ejemplo, en la búsqueda de certificaciones y eficacia de procesos) y la búsqueda de valor agregado de sus productos.	2. Altos costos logísticos debido a que la mayoría de los productores se encuentran en áreas rurales.
	3. Regulaciones sanitarias vigentes y en proceso, buscan mejorar la calidad de los productos naturales adquiridos por los consumidores.	3. Falta de contratos de cultivo impulsados desde las empresas fabricantes.
FACTORES EXTERNOS		
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA (FO)	ESTRATEGIAS (DO)

1. Según los analistas de Technavio, el mercado mundial de la cúrcuma crecerá a una tasa compuesta anual del 6.4% durante el periodo 2018-2023.	1. Obtener una alta dotación de factores de producción y ver las posibilidades de crecimiento de la cúrcuma.	1. Crear sucursales dentro y fuera del país.
2. Fuerte demanda por el consumo de cúrcuma en Holanda.	2. Adquirir regulaciones sanitarias vigentes para poder mejorar la calidad de la cúrcuma que se ofrece al consumidor holandés.	2. Constituir una empresa sólida en el mercado de la cúrcuma y así NaturCur Bio S.A.C. sea conocido en el mercado de Holanda.
3. Reconocimiento de la investigación nacional de plantas como la cúrcuma por parte de las autoridades de salud.	3. Realizar estudios y publicitarse en las áreas de investigación, exportaciones para que así pueda desarrollarse un buen plan de marketing y genere	3. Crear alianzas estratégicas para así aminorar los costos logísticos.
AMENAZAS	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
1. La comercialización de productos adulterados, falsificados o sin registros sanitarios dañando la imagen del sector	1. Segmentar el servicio para que así los procesos sean más eficaces y efectivos.	1. Mejorar las promociones de acuerdo con los logros obtenidos.

<p>2. Muchos competidores transnacionales, como La Campiña Perú S.A.C y Prac-Agribussines S.A.C- PRACAB S.A.C, ya que ambos serían competencia y exportan a Holanda cúrcuma.</p>	<p>2. Mantenerse firme en el aspecto legal y tener las documentaciones de los procesos en regla para que así no se de ningún tipo de informalidad.</p>	<p>2. Aprovechar en las amenazas de la competencia para así se pueda posicionar la empresa NaturCur Bio SAC.</p>
<p>3. NaturCur Bio SAC aún no se posiciona en la mente del consumidor debido a que es una marca nueva en el mercado.</p>	<p>3. Posicionar a NaturCur Bio SAC utilizando implementos como un fan page y una página web mostrando el producto de nuestra empresa.</p>	<p>3. Buscar socios que quieran invertir en el negocio para brindar mejores condiciones y ser más competitivos.</p>

2.4.7 Política y cultura organizacional:

Como lo menciona (Gestion, 2019) es aquello que se puede entender como la “personalidad de una organización”. Es el marco de referencia para entender cómo se configuran todas las relaciones en el trabajo, sean estas formales o informales.

Políticas de empresa NaturCur Bio:

- La empresa cumplirá los requisitos acordados con los clientes.
- Los colaboradores deberán cumplir 09.5 horas de trabajo incluyendo su hora de almuerzo.
- Los colaboradores marcarán su asistencia y su salida.
- El código de vestimenta será sport casual. Considerar jeans sin rasgar, no zapatillas llamativas, no polos escotados.
- Uso de laptops solo se deberán utilizar en el horario de trabajo y no podrán salir de las instalaciones.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- El plazo para el pago podrá considerarse vencido a partir del primer día después de la fecha de vencimiento especificada en la Factura.
- En caso de verificar un desacuerdo con el producto deberá reportarse inmediatamente al equipo de atención al cliente.
- Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes en sus llamadas, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la empresa es el servicio a la comunidad.

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

Ley N.ª 30056, creada y publicada en el diario oficial “El PERUANO” el de 02 de julio del 2013, ley que contiene un conjunto de diversos de modificaciones a varias leyes con la finalidad de impulsar la inversión privada en diversos ámbitos de la economía nacional esta ley es la que modifica a la ley N.º 28015.

Todas las micro, pequeñas y medianas empresas deberán determinar la categoría empresarial que le corresponde en función de sus ventas anuales.

Tabla 6: Ley MYPE N.º 30056

MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	MEDIANA EMPRESA
MAXIMO 150 UIT	SUPERIORES A 150 UIT HASTA 1700 UIT	SUPERIORES DE 1700 UIT HASTA 2300 UIT

Según la Ley N.º 30056 se rige al nivel de ventas anuales se aplica a las MYPE registradas a partir del 03 de julio del 2013.

Con respecto a la permanencia en el régimen de las MYPE: la Ley N.º 30056 realiza una modificación sustancial respecto al periodo de gracia que tendrán la pequeña que superen por 2 años consecutivos en número de ventas anuales.

Tabla 7: Modificaciones de la ley 30056

Norma	Situación Para La Permanencia	Microempresa		Pequeña Empresa	
		Promedio	Periodo De Gracia	Promedio	Periodo De Gracia
LEY N. ^a 30056	Supere el nivel de ventas anuales	2 años calendarios consecutivos	1 año calendario adicional	2 años calendarios consecutivos	3 años calendarios adicional

En el caso de la empresa **NATUR CUR BIO S.A.C.** se acogerá a la ley MYPE N.º 30056 ya que nuestras ventas anuales al iniciar el negocio serán menores hasta 150 UIT.

2.6. Estructura Orgánica

La estructura orgánica de la empresa **NaturCur Bio SAC** estará compuesta de manera organizada de los niveles jerárquicos desde el mayor cargo hasta el menor cargo de manera formal.

Será una organización de manera lineal ya que tendrá a la cabeza una unidad directa que es el jefe sobre los subordinados, también de manera una organización de manera funcional que de acuerdo con cada área.

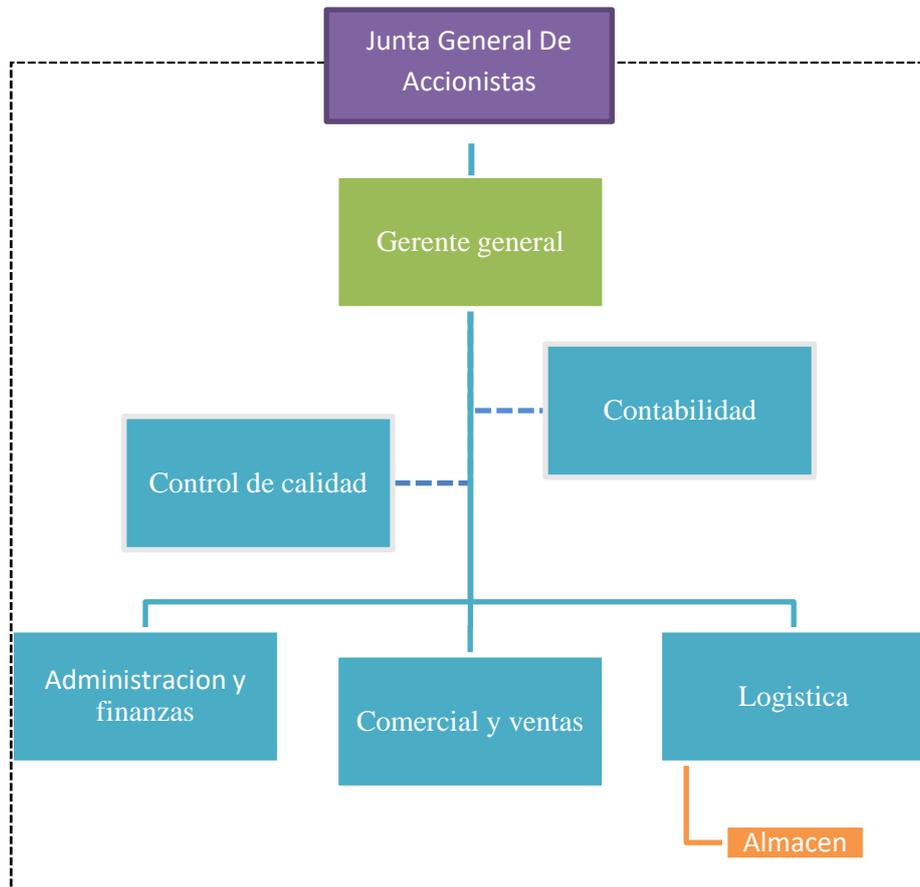


Ilustración 3. Organigrama de la empresa “NaturCur Bio SAC”

Elaboración propia

2.6.1 Principales funciones del personal.

En el organigrama presentado podemos identificar las diferentes áreas asignadas para un mejor desempeño y desarrollo de las actividades de la empresa NaturCur Bio SAC, además cada colaborador en el área asignada dentro de la empresa tenga conocimiento de las principales responsabilidades, funciones y/o actividades, que van enfocados al bien común que cumpla los objetivos y expectativas de la empresa.

- **GERENTE GENERAL:**

Perfil profesional: Título en Administración de Negocios Internacionales; experiencia profesional mínima de 3 años; habilidades de liderazgo, trabajo bajo presión, capacidad de trabajo en equipo, toma de decisiones, cualidades: proactivo, responsable, organizado.

Función Principal: Representación legal e imagen de la empresa, en donde será la persona encargada de administrar los recursos de la empresa de manera eficiente y eficaz a través de los procesos de planeación, organización, dirección y control con el fin de cumplir los objetivos.

Funciones laborales:

- Contratar, amonestar, suspender y despedir al personal.
- Fijar el horario de trabajo, remuneración y funciones de cada trabajador.
- Suscribir planillas, boletas de pago, beneficios y liquidaciones a los trabajadores.
- Otorgar certificados, constancias, practicas preprofesionales a los colaboradores de la empresa.
- Elaborar y hacer cumplir el reglamento interno de trabajo.

Funciones contractuales:

- Negociar, suscribir, modificar, resolver y concluir todo tipo de contrato que celebre la empresa.

Funciones Financieras:

- Abrir y cerrar cuentas o depósitos de la empresa en cualquier institución financiera.
- Girar, endosar, aceptar letras, pagares, cheques y/o cualquier documento financiero.
- Protestar y cobrar letras, pagares y/o cualquier documento financiero.
- Solicitar préstamos, créditos, carta fianza en moneda nacional o extranjera.
- Contratar pólizas de seguro.

- **CONTABILIDAD**

Perfil profesional: Contador colegiado, experiencia mínima de 3 años; conocimiento en el registro de información contable, tributaria y financiero de

una organización, con capacidad analítica, organizativa y responsable de las funciones que realiza.

- Respecto a la contabilidad de la empresa, será de manera tercerizada, que cumpla el perfil y experiencia en el ámbito de las empresas exportadoras.
- Funciones: estar al día en los pagos de impuestos según cronograma de SUNAT, estar al día en los libros contables, registro de compras y ventas de la empresa, declaración mensual y anual de impuestos, elaboración de planilla y emisión de boletas de pago, tener al día la parte contable.

- **ADMINISTRACION Y FINANZAS**

Perfil profesional: Estudios universitario en Administración y finanzas; experiencia mínima de 1 año; conocimiento de contabilidad, finanzas, facturación, atención al cliente, administración de archivo de cobro y pago a proveedores, reportes estadísticos.

Función Principal: Controlar, organizar, dirigir y planificar los procedimientos de trabajo dentro de la empresa en el área administrativa y de finanzas enfocada a un mismo objetivo.

Funciones: laborales:

- Elaborar estrategias de planificación, organización y control para un mejor desarrollo de las actividades dentro de la empresa.
- Verificar y supervisar las cuentas bancarias con los estados financieros.
- Elaborar un presupuesto anual y proyecciones a corto y largo plazo.
- Velar por los intereses de la empresa.
- Supervisar y controlar al personal contratado.
- Evaluar proveedores.
- Adquirir bienes y/o servicios para un mejor funcionamiento de la empresa.
- Proponer y establecer metas y planes relacionados a la mejora continua de la empresa.
- Evaluar los futuros créditos adquiridos y las tasas dadas por la entidad financiera.
- Verificar el buen uso de los recursos financieros dentro de la empresa.

- **COMERCIAL Y VENTAS:**

Perfil profesional: Estudios técnicos o universitarios en Marketing, experiencia mínima de 1 año; conocimiento de ventas, manejo de cotizaciones, estrategias de marketing, ejecución de actividades de promoción, publicidad, marketing; etc.

Función principal: búsqueda de los principales canales de distribución, ferias y clientes potenciales para un mejor posicionamiento del producto en el mercado y en la mente del consumidor.

Funciones laborales:

- Búsqueda de clientes potenciales.
- Búsqueda principales canales de distribución para un mejor posicionamiento del producto.
- Implementar estrategias y herramientas para ingresar al mercado.
- Manejo y reporte de ventas mensuales.
- Implementar estrategias de marketing (precio producto y promoción).
- Creación de nuevas presentaciones para el producto.

• **LOGÍSTICA:**

Perfil profesional: Estudios universitarios en Administración y Logística, experiencia mínima de 1 año; conocimiento de logística, almacenes, comercio exterior, atención de pedidos, cronograma de rutas de despacho.

Función principal: búsqueda de principales canales de distribución, traslados, compras, manejos de cadena de suministro e inventarios.

Funciones laborales:

- Gestionar y coordinar los procesos logísticos en la cadena de suministro
- Controlar y verificar el inventario
- Verificar el buen manejo de normas de calidad
- Optimizar los recursos empleados, los tiempos de entrega y costos empleados.
- Dar seguimiento de la trazabilidad del producto desde origen a destino.

• **CONTROL DE CALIDAD:**

Perfil profesional: Estudios universitarios en Ingeniería Industrial o Ingeniería Química, experiencia mínima de 3 años; conocimiento sobre

detergentes, aplicación de políticas, procedimientos e instrucciones que aseguren la calidad del producto, ejecución de actividades de análisis de muestras en laboratorios.

Función principal: verificar los procesos empleados en la compra de materia prima, elaboración, envasado, empaquetado y despacho del producto, cumpliendo los estándares de calidad y las principales características que necesita el producto para el ingreso al mercado internacional.

Funciones laborales

- Verificar la trazabilidad del producto desde origen hasta destino.
- Verificar el proceso de envasado de la cúrcuma en polvo presentación de 250 gr.
- Elaborar reportes mensuales respecto al producto.
- Acoplar el producto según los requisitos de envasado de país de destino.

- **ALMACEN**

Perfil profesional: Estudios técnicos o universitarios en Administración, Logística; experiencia mínima de 6 meses; conocimiento en temas logísticos de manipulación de carga (descarga, carga, acomodamiento, apilamiento, etc.), proactivo, con capacidad de trabajo bajo presión y responsable.

2.7. Cuadro de asignación de personal.

La asignación de cada personal involucrado en la empresa **NATUR CUR BIO SAC** será según la jerarquía y el régimen laboral de la empresa incluido los beneficios de cada trabajador.

Tabla 8: Cuadro de asignación de personal

Descripción	N° de empleados	Remuneración	Pago mensual	Pago anual	Vacaciones	Sub total	ESSALUD 9%	Total, anual
Gerente General	1	2,000	2,000.00	23,000.00	1,000	24,000.00	2,160.00	26,160.00
Asistente Logístico	1	1,200	1,200.00	13,800.00	600	14,400.00	1,296.00	15,696.00

Asistente Comercial	1	1,200	1,200.00	13,800.00	600	14,400.00	1,296.00	15,696.00
Asistente Almacén	1	475	475.00	5,700.00	0	5,700.00	513.00	6,213.00
TOTAL	4							63,765.00

Elaboración Propia

En el cuadro elaborado se puede se puede identificar a los principales colaboradores de la empresa NATUR CUR BIO S.A.C. en donde se hace una proyección de gastos que se realizara exclusivamente al personal.

La empresa tercerizará la contabilidad de un Estudio Contable, del cual recibirá recibos por honorarios mensuales, la remuneración será de la siguiente manera:

Tabla 9: Cuadro de asignación al contador y calidad

Descripción	Sueldo	Cantidad de personal	Costo Mensual	Costo Anual
Control de calidad	475.00	1	475.00	5,700.00
Contabilidad	200.00	1	200.00	2,400.00
Total	675.00	2.00	675.00	8100.00

2.8. Forma Jurídica Empresarial

La empresa NaturCur Bio SAC, se constituirá bajo modalidad de persona Jurídica constituyéndose como una SAC (sociedad anónima cerrada), mostrando el perfil de la empresa se adecua bajo esta modalidad, además es una empresa que recién se origina para realizar actividades de exportación, además cabe resaltar el monto de inversión puesta en mencionado proyecto, del cual será aportado por dos accionistas comerciales, para cumplir a su vez también una de las características que tiene la SAC, y en la trayectoria que tenga la empresa puede incorporar nuevos socios comerciales para un mayor desarrollo de la empresa.

A continuación, detallaremos algunas características de las SAC en un cuadro para un mejor entendimiento del por qué la empresa NaturCur Bio S.A.C. eligió esta modalidad de constitución.

Tabla 10: Características de la SAC

Modalidad	<ul style="list-style-type: none"> • Forma colectiva o social • Ley general de sociedades N.º 26887
Tipo de empresa	<ul style="list-style-type: none"> • SOCIEDAD ANONIMA CERRADA – S.A.C.
Número de socios y/o accionistas	<ul style="list-style-type: none"> • 2 a 20 accionistas
Capital social	<ul style="list-style-type: none"> • Aporte en efectivo • Se divide las acciones
Órganos societarios	<ul style="list-style-type: none"> • Junta general de accionistas • Directorio y gerencia

Elaboración propia.

Evaluando las principales características de la empresa se deduce que según los órganos societarios se estipula que se optara por una junta general de accionistas, siendo una empresa que recién está formándose para la exportación de cúrcuma al mercado holandés.

Podemos mencionar algunas ventajas que se tiene por registrarse bajo la modalidad de SAC.

- Puede manejarse sin directorio
- Puede ser socia o aliada de una empresa extranjera
- No puede tener responsabilidad de deudas de manera personal

Mencionada algunas ventajas de la S.A.C. haremos una breve comparación respecto a las otras sociedades y la razón por que se eligió.

Tabla 11: Cuadro comparativo de las formas jurídicas

TIPO	S.A.	S.A.C	S.R.L.	E.I.R.L.	S.A.A.
Cantidad De	Mínimo 2 Máximo ilimitado.	Mínimo 2 Máximo 20	Mínimo 2 Máximo 20	Máximo 1	Mínimo 750

Accionistas O Socios					
Organización	<ul style="list-style-type: none"> • Junta de accionistas • Gerencia • Directorio 	<ul style="list-style-type: none"> • Junta general de accionistas • Gerencia • Directorio (opcional) 	Normalmente empresas familiares pequeñas	Una sola persona figura como gerente y socio	<ul style="list-style-type: none"> • Junta de accionistas • Gerencia • Directorio
Capital Acciones	Capital definido por aportes de cada socio. Se registra las acciones en el registro de matrícula de acciones.	Capital definido por aportes de cada socio. Se registra las acciones en el registro de matrícula de acciones.	Capital definido por aportes de cada socio. Se inscribe en registros públicos.	Capital definido por aportes del único aportante.	Más del 35% del capital pertenece a 175 o más accionistas. Debe haber una oferta pública primaria de acciones u obligaciones convertibles en acciones. Se registra las acciones en el registro de matrícula de acciones.

Fuente: Diario Gestión (2019).

Elaboración propia.

Los principales aportes de los socios de la Empresa NaturCur Bio S.A.C. que contara con dos socios importantes:

- José Luis Leandro Núñez Calderón con un capital social de S/.59,508.76 de Soles, 10 valores en acciones, correspondiente a un número de acciones de 5951 con un 70% de aporte de capital.
- Ronald Edgar Meza Villanueva con un capital social de S/.25,504 Soles, 10 valores en acciones, correspondiente a un número de acciones de 2550 con un 30% de aporte de capital.

Según la modalidad de tipo de sociedad, los socios no responden personalmente ante una deuda por parte de la empresa una deuda social. A su vez formada esta sociedad entre ambos socios se elegirá un gerente general. Se constituirá la sociedad con la escritura pública ante el notario público junto con la minuta estipulada.

Constitución de la Empresa NaturCur Bio S.A.C:

Para la presente constitución de la empresa acudiremos al MAC Lima este, ubicado en el distrito del El Agustino, en donde se realizará los siguientes procedimientos y requerimientos para la formación de la empresa.

En SUNARP y la notaria haremos los siguientes tramites:

Tabla 12: Constitución de la empresa

CONSTITUCION DE LA EMPRESA	
CONCEPTO	COSTO
Búsqueda y reserva del nombre en SUNARP	S/ 5.00
Reserva del nombre	S/ 20.00
Elaboración de la minuta	
Copia de DNI de cada socio	
Descripción de la actividad económica a realizar	
Detalle de cada aporte capital de los socios con deposito en el banco de la nación	

Modalidad de uso SAC	
Derechos y tramites notariales	S/ 360.00
Entrega de acta de constitución de la empresa, RUC y clave SOL	

Fuente: MAC lima este

Elaboración propia

2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

Lo que menciona (INDECOPI, 2019) Una marca es cualquier signo que sirve para identificar y diferenciar productos y servicios en el mercado. Una marca puede ser una palabra, combinaciones de palabras, figuras, símbolos, letras, cifras, formas determinadas de envases, envolturas, formas de presentación de los productos, o una combinación de estos elementos, entre otros.

La empresa NATURCUR BIO S.A.C. ingresará el mercado holandés con marca blanca, y tendrá una duración de 3 años, el motivo de esta decisión se basa para que el producto tenga un posicionamiento ya que a partir del cuarto año se pretende contar con marca propia que permita distinguirse de la competencia y permanecer en la mente del cliente manteniendo la calidad y la confianza que se caracteriza.

La empresa NATUR CUR BIO SAC, realizara los siguientes procedimientos para el registro de marca:

Tabla 13: Procedimientos para registro de marca

PASOS	DESCRIPCION	COSTO
1	Elija la marca que desee proteger Se creativo, crea una marca fácil de recordar para tu público, Verifica que la marca que creaste pueda ser registrada, No copies marcas ya existentes en el mercado.	
2	Clasifique los productos y/o servicios Revisar la Clasificación Internacional de Niza e identifique la clase en la que se encuentran los productos y/o servicios que desea distinguir.	
3	Realice las búsquedas de antecedentes registrales Las búsquedas de antecedentes fonéticos y/o figurativos son reportes que detallan los datos de los signos distintivos similares o idénticos al tuyo, que han sido solicitados o registrados con anterioridad, en el Indecopi.	

4	Llene el formato de solicitud	Llena tres ejemplares del formato de solicitud de registro (está a tu disposición en la página web del Indecopi: www.indecopi.gob.pe).	
5	Paga la tasa y presenta tu solicitud en Mesa de Partes	Adjunta el comprobante de pago a los tres ejemplares de la solicitud de registro y preséntalos en cualquiera de las Mesas de Parte del Indecopi.	S/ 534.99

Fuente: INDECOPI
Elaboración propia.

El nombre de la marca a elección será:



Ilustración 4. Marca del producto

Elaboración propia

2.10. Requisitos y Trámites Municipales:

Los requisitos y tramites que va a realizar la empresa NATUR CUR BIO S.A.C. en la municipalidad de Santa Anita será lo siguientes que se detallara a continuación, además teniendo en cuenta de acuerdo con el procedimiento para obtener la licencia se desarrolla en 3 tipos que son los siguientes:

- 1er tipo: Establecimientos con área ocupada hasta 100 m² y capacidad de almacenamiento no mayor de 30 % del área total del local.
- 2do tipo: Establecimientos con área ocupada hasta 100 m² no considerados en la categoría anterior y establecimientos de diversos giros con área ocupada mayor a 100 m² hasta 500 m².
- 3er tipo: Establecimientos con área ocupada mayor a 500 m².

Una vez ya teniendo el conocimiento de estos tres tipos nos vamos a regir mediante el 1er tipo ya que el área que vamos a desarrollar nuestras actividades será de 100 m².

Se desarrollará los siguientes pasos que estipula la municipalidad de Santa Anita para la emisión de la licencia de funcionamiento.

- **PASO 1:** El administrado se dirige a la Municipalidad - a la ventanilla única a solicitar orientación y recabar la solicitud formato con carácter de declaración jurada.
- **PASO 2:** Paga en ventanilla única el derecho correspondiente al procedimiento administrativo de solicitud de licencia de funcionamiento establecido en el TUPA.
- **PASO 3:** Presenta en la ventanilla única la solicitud formato debidamente llenado con carácter de declaración jurada adjuntando los requisitos establecidos en el TUPA según corresponda.
- **PASO 4:** Se verifica que cumple los requisitos establecidos en el TUPA y se advierte al administrado la zonificación y compatibilidad de uso. De ser procedente se emite la Licencia de Funcionamiento Municipal notificando al administrado en el acto (determinados giros - automáticos).
- **PASO 5:** Aquellos giros que se encuentran en excluidos, será derivado a la Subgerencia de Comercialización y Licencias a efectos de su evaluación correspondiente.

Fuente: (Municipalidad de Santa Anita, 2019)

Requisitos Generales:

- Formato de Solicitud de Licencia de Funcionamiento (de distribución gratuita) o de libre reproducción con carácter de declaración jurada que

incluye: -Número de RUC y DNI o Carne de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda. -Número de DNI o Carne de Extranjería del representante legal, en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación

- Copia de vigencia de poder de representante legal, en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
- Indicación del número de comprobante de pago por derecho de tramite (S/. 36.30).
- Declaración Jurada de observancia de condiciones de seguridad.

Fuente: (Municipalidad de Santa Anita, 2019)

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

Una vez ya estipulada la empresa y al haber realizado varios trámites municipales en la Sunarp de los registros públicos y ante la SUNAT para la emisión del RUC. La empresa NATUR CUR BIO será una empresa jurídica y estará constituida como una Sociedad Anónima Cerrada, el régimen tributario son aquellas categorías en las cuales toda persona natural o jurídica que inicie o tenga un negocio deberá estar registrada en la SUNAT, los mismos que establecerán los niveles de pagos de los impuestos nacionales.

Debemos tener en cuenta las ultimas disposiciones por parte de SUNAT: Si a partir del año 2018, se Inscribe al RUC por primera vez afectándose al Régimen Especial, el Régimen MYPE Tributario o Régimen General, tendrá la condición de **emisor electrónico** a partir del primer día calendario del tercer mes siguiente a su inscripción.

Los tres principales regímenes son los siguientes:

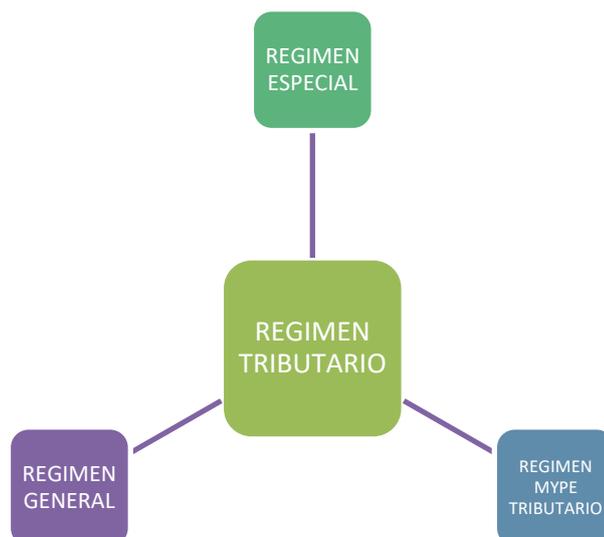


Ilustración 5. Regímenes tributarios

Elaboración propia

El tipo de empresa elegido para NaturCur Bio S.A.C. es persona jurídica y será constituida bajo la modalidad de sociedad anónima cerrada, de los cuales tenemos 3 opciones para elegir el régimen tributario. Sin embargo, el régimen tributario que se elegirá debe tener ciertas características que se adecuen al giro del negocio, por tal motivo la empresa se acogerá al régimen MYPE tributario.

BENEFICIOS COMO MYPE:

El estado otorga varios beneficios a las micro y pequeñas empresas, brindándoles facilidades para su creación y formalización, dando políticas que impulsan el emprendimiento y la mejora de estas organizaciones empresariales.

- Pueden constituirse como personas jurídicas (empresas), vía internet a través del Portal de Servicios al Ciudadano y Empresas.
- Pueden asociarse para tener un mayor acceso al mercado privado y a las compras estatales.
- Gozan de facilidades del Estado para participar eventos feriales y exposiciones regionales, nacionales e internacionales.
- Cuentan con un mecanismo ágil y sencillo para realizar sus exportaciones denominado Exporta Fácil, a cargo de la SUNAT.

- Pueden participar en las contrataciones y adquisiciones del Estado.

Fuente: (SUNAT, 2019)

La emisión de documentación será de manera electrónica mediante el portal de la SUNAT – OPERACIONES EN LINEA.

- La emisión es GRATUITA.
- Para su emisión es necesario contar con la Clave SOL.
- Los comprobantes de pago y documentos electrónicos tienen todos los efectos tributarios establecidos en el Reglamento de comprobantes de pago.
- La serie es alfanumérica, y su numeración es correlativa y generada por el sistema.
- La SUNAT garantiza la autenticidad del documento emitido desde su portal. pues este cuenta con mecanismos de seguridad.

Tipos de comprobantes a emitir

Se pueden emitir los siguientes comprobantes de pago electrónico, documentos relacionados y otros comprobantes:

- Factura.
- Boleta de venta.
- Notas de crédito.
- Notas de débito.
- Comprobante de retenciones.
- Comprobante de percepciones.
- Guía de remisión.
- Guía de remisión de bienes fiscalizados.
- Liquidación de compra.

FUENTE: (SUNAT, 2019)

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

Para tener un mejor ambiente laboral respecto a los pagos y los beneficios a los colaboradores con los que la empresa NATUR CUR BIO SAC, va a trabajar se va a destinar un régimen laboral para dichas actividades.

La empresa NATUR BIO SAC, se va a acoger bajo el régimen laboral especial de mype, basándose con el sueldo mínimo vital de s/.930.00 (novecientos treinta soles).

Según el tipo de empresa:

- Pequeña empresa hasta 1700 UIT
- MICROEMPRESA HASTA 150 UIT

Beneficios Laborales Comunes De Los Trabajadores De Las Micro Y Pequeñas Empresas

Según menciona (MEF, 2019) boletín informativo laboral N.º 85, enero 2019

- Remuneración: Los trabajadores del régimen especial tienen derecho a percibir por lo menos la remuneración mínima vital (actualmente, S/. 930.00), de conformidad con la Constitución y demás normas legales vigentes.
- Jornada de trabajo, horario de trabajo y trabajo en sobretiempo: La jornada de trabajo de los trabajadores de las MYPE es de ocho (08) horas diarias o cuarenta y ocho (48) semanales, al igual que el régimen laboral común. Sin embargo, en los centros de trabajo cuya jornada laboral se desarrolle habitualmente en horario nocturno, no se aplicará la sobretasa del 35% de la remuneración vital prevista para el régimen común.
- Descanso semanal obligatorio El descanso semanal obligatorio y el descanso en días feriados se rigen por las normas del régimen laboral común de la actividad privada.
- Descanso vacacional El trabajador de las MYPE que cumpla el récord establecido en el artículo 10 del Decreto Legislativo N.º 713, Ley de consolidación de descansos remunerados de los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada, tendrá derecho como mínimo, a quince (15) días calendario de descanso por cada año completo de servicios.

Indemnización por despido injustificado

- Microempresa: El importe de la indemnización por despido injustificado para el trabajador de la microempresa es equivalente a diez (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.
- Pequeña empresa: En el caso del trabajador de la pequeña empresa, la indemnización por despido injustificado es equivalente a veinte (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.

Seguridad Social en Salud

- Microempresa: Los conductores y trabajadores de las microempresas deben ser afiliados, como mínimo, al Componente Semi contributivo del Sistema Integral del Salud (SIS), el cual cubre determinadas prestaciones médicas y algunos gastos.
- Pequeña empresa: Los trabajadores de las pequeñas empresas son afiliados regulares obligatorios de EsSalud.

Sistema de Pensiones

Se ha creado el Sistema de Pensiones Sociales para los trabajadores de las microempresas, el cual tiene por objeto principal otorgar pensiones con las características similares al de la modalidad de renta vitalicia familiar del SPP.

2.14. Modalidades de Contratos Laborales.

El contrato es un vínculo laboral que existe entre el empleador y el empleado y esta existe cuando ambas la celebran y se estipula las obligaciones y derechos de ambas partes para un mejor ambiente laboral, además en la empresa NaturCur BIO SAC, una vez comenzado sus actividades se enfocara en un contrato a plazo fijo – temporal, debido que es el inicio de las actividades y que será de 6 meses, siendo

una manera que cada ese periodo pueda renovarse el contrato según las modalidades de contrato de trabajo son la siguientes:

- Contrato indefinido
- Contrato a plazo fijo o determinado
 - Temporal.
 - Ocasional.
 - Accidental.
- Contrato a tiempo parcial

Se realiza un contrato individual para cada colaborador de la empresa, es decir se emite un contrato para el Gerente general, logístico, comercial y ventas, y administración y finanzas.

Para el caso de calidad, almacén y envasado será un contrato por prestación de servicios ya que no hay necesidad de renovación y según las actividades de la empresa cubren las necesidades que solicita.

La empresa NaturCur Bio S.A.C. celebrará contratos sujetos a modalidad de los siguientes tipos:

- Del tipo de contrato por inicio o lanzamiento de una actividad pues tiene un plazo de duración de 3 meses, tiempo en el que se puede evaluar el desempeño del trabajador; superado este periodo de prueba se harán renovaciones semestrales para cada empleado. Cabe resaltar que los contratos bajo esta modalidad manejan los mismos beneficios que un trabajador con contrato a plazo indeterminado y brindan estabilidad laboral mientras dure el contrato.
- Del tipo de contrato de obra o servicio específico para el contador y el especialista de control de calidad, pues tiene un objeto previamente establecido y una duración determinada; el contrato que sigue el lineamiento de NaturCur Bio S.A.C. es el contrato intermitente pues son servicios que son permanentes, pero se dan de forma discontinua.

2.15. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).:

Según (SUNAT, 2019) El registro de la planilla en el sistema de la SUNAT es un procedimiento en el que se encuentra la información de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación - modalidad formativa laboral y otros, personal de terceros y derechohabientes que serán los colaboradores de la empresa NATUR CUR BIO SAC.

Los componentes que tiene la planilla electrónica son los siguientes:

- El registro de información laboral (T- registro)
- Planilla mensual de pago (PLAME)

Es el componente de la Planilla Electrónica que se elabora a partir de la información del T-REGISTRO, y que se debe presentar mensualmente de acuerdo con el cronograma que establece la SUNAT. La PLAME contiene la siguiente información mensual, según la categoría del prestador:

- Trabajador: Las remuneraciones e ingresos devengados y/o pagados, así como datos de la jornada laboral, descuentos, tributos, aportes y contribuciones.
- Pensionista: Los ingresos devengados y/o pagados, descuentos, tributos, aportes y contribuciones.
- Prestador de servicio con rentas de cuarta categoría (PS 4ta categoría): el monto pagado por el servicio, así como los datos del comprobante.
- Personal en formación: el monto pagado de la subvención económica o estipendio.
- Personal de terceros: base de cálculo del aporte al Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR) a cargo del ESSALUD, la tasa y el aporte al SCTR contratado con EsSalud.

La empresa NATUR CUR BIO SAC, cumplirá con el T-Registro desde el primer día de contratación de los colaboradores con el fin de cumplir con la presentación de la planilla mensual de pagos y con la declaración de las obligaciones que se generen. Las planillas serán presentadas de forma mensual de acuerdo con el cronograma establecido por SUNAT.

2.16. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

La empresa NATUR CUR BIO SAC, contará con contratos comerciales desde la constitución de la empresa, empleabilidad de los trabajadores, compra de insumos, trato con proveedores, compradores en el país importador y alquiler de local. Ya que serán sustentos de las obligaciones y derechos de las partes, para el desarrollo de las actividades de la empresa.

Se va a definir algunos contratos principales que celebrara la empresa para los acuerdos de las partes.

Contratos comerciales:

- Contrato de arrendamiento: NATUR CUR BIO SAC alquilará una oficina para llevar acabo el inicio de sus operaciones es por ello que dentro del contrato delimitará los derechos y obligaciones que se tienen tanto como arrendatario del inmueble.
- Contrato de compra venta: La empresa realizará tanto compras como ventas, es por ello por lo que cerrará con la celebración de un contrato por ambas partes (el comprador y el vendedor) donde indiquen en cláusulas la modalidad de venta y compra.
- Contratos de prestación de servicios: Dentro de este punto es importante para la empresa dejar bajo escrito las condiciones de obligaciones por las contrataciones de servicios que realice como, por ejemplo: asesoría contable, especialista en control de calidad, almacén, envasado, etc.
- Contrato de transporte: La empresa utilizará este tipo de contrato cuando se necesite transportar tanto las materias primas a instalaciones de la empresa, como para envíos de exportación.
- Contratos de comisión: Este tipo de contrato es muy importante ya que se necesitará en caso la empresa desea expandir su demanda y desea captar más clientes, por lo tanto, recurrirá a un comisionista.
- Contrato de confidencialidad: La empresa utilizará este contrato ya que, gracias a este contrato los propietarios de las PYMES pueden proteger la información que comparten con sus trabajadores, respecto a los procesos, operaciones, patente de la marca, etc. Este tipo de contrato también se puede establecer para las personas ajenas a la empresa y que prestan sus servicios.

Responsabilidad civil:

Según la Ley General de Sociedades N.º 26887, debemos resaltar los siguientes puntos:

- **Artículo 48.- Arbitraje.**

Los socios o accionistas pueden en el pacto o en el estatuto social adoptar un convenio arbitral para resolver las controversias que pudiera tener la sociedad con sus socios, accionistas, directivos, administradores y representantes, las que surjan entre ellos respecto de sus derechos u obligaciones, las relativas al cumplimiento de los estatutos o la validez de los acuerdos y para cualquier otra situación prevista en esta ley.

El convenio arbitral alcanza a los socios, accionistas, directivos, administradores y representantes que se incorporen a la sociedad, así como a aquellos que al momento de suscitarse la controversia hubiesen dejado de serlo. El convenio arbitral no alcanza a las convocatorias a juntas de accionistas o socios. El pacto estatuto social puede también contemplar un procedimiento de conciliación para resolver la controversia con arreglo a la ley de la materia.

- **Artículo 114.- Junta obligatoria anual**

La junta general se reúne obligatoriamente cuando menos una vez al año dentro de los tres meses siguientes a la terminación del ejercicio económico, que tiene por objeto:

Pronunciarse sobre la gestión social y los resultados económicos del ejercicio anterior expresados en los estados financieros del ejercicio anterior.

- Resolver sobre la aplicación de las utilidades, si las hubiere
- Elegir cuando corresponda a los miembros del directorio y fijar su retribución;
- Designar o delegar en el directorio la designación de los auditores externos, cuando corresponda
- Resolver sobre los demás asuntos que le sean propios conforme al estatuto y sobre cualquier otro consignado en la convocatoria.

- **Artículo 115.- Otras atribuciones de la junta**

- Remover a los miembros del directorio y designar a sus reemplazantes.
- Modificar el estatuto.
- Aumentar o reducir el capital social.
- Emitir obligaciones.
- Disponer investigaciones y auditorías especiales.
- Acordar la transformación, fusión, reorganización y disolución de la sociedad, así como resolver sobre su liquidación.
- Resolver en los casos en que la ley o el estatuto dispongan su intervención y en cualquier otro que requiera el interés social.

- Artículo 184.- Caducidad de la responsabilidad

La responsabilidad civil de los directores caduca a los dos años de la fecha de adopción del acuerdo o de la de realización del acto que originó el daño, sin perjuicio de la responsabilidad penal. En el caso de la empresa que estamos por constituir, todos y cada uno de los colaboradores tenemos un papel muy importante, ya que todos somos responsables de la organización.

3.- PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1.- Descripción del producto

El producto que la empresa **NATURCUR BIO S.A.C.** dará a conocer será la Cúrcuma en polvo una presentación ya tradicional para diferentes usos tanto medicinal, gastronómico y antidepresivo.

Esta planta tiene importantes propiedades medicinales que a lo largo de la historia son pocos los países que lo conocen como es la India, además se trata de una planta herbácea perenne con raíces o tubérculos, arrugados en el exterior, marrones por fuera y de un color naranja profundo en el interior, tiene propiedades antiinflamatorias ayuda a los problemas digestivos y de uso tópico por su cicatrización, además tiende a ser un producto muy beneficioso para el estado emocional de las personas, minimizando la irritabilidad, el estrés y es un buen antidepresivo natural.

Según lo menciona el (Centro de Toxicología y Biomedicina, 2019) La cúrcuma tiene los siguientes beneficios:

- Antioxidante
- Antiinflamatorio
- Inmunomodulador
- Antineoplásico
- Protector gástrico
- Hipocolesterolémico
- Anti fibrótico
- Antiviral
- Incremento de la memoria



Ilustración 6. Cúrcuma en polvo en frasco de vidrio – marca blanca

Fuente: Elaboración Propia

La cúrcuma en polvo será elaborada con el 100% del producto en neto siendo procesado por importantes empresas que se encargan en procesar materia prima en polvo, para luego ser envasada y comercializada por NATURCUR BIO S.A.C.

Tabla 14: Micronutrientes de la cúrcuma (valores por 100gr.)

Producto	Calcio (gr)	Fosforo (gr)	Hierro (gr)	Tiamina (gr)	Riboflavina (mg)	Niacina (mg)	Vit. C (mg)	Vit. A (mg)
Cúrcuma	0.2	0.29	0.05	0.09	19.00	4.8	49.8	0.05
Necesidad de adulto por día	0.5	0.50	0.024	1.40	1.7	19.00	40.0	0.75

Fuente: Every Indian processed foods.

Elaboración propia

El producto con marca blanca poseerá una presentación de ingreso al mercado en presentación de 250 gr, pudiendo ser usado en cualquier momento del día, ya sea como

un consumo diario, para un tratamiento médico natural, uso gastronómico o antidepresivo natural.

Este producto es apto para aquella persona que quieren adelgazar, para los que sufren de artritis, también siendo un producto que según los investigadores da un nuevo tratamiento a la diabetes siendo una alternativa para su uso, esta también previene el estreñimiento manteniendo la flora intestinal saludable, tiene acción antidepresiva mejorando la función cerebral y la memoria, para las mujeres que ya dieron a luz es un buen medicamento para la recuperación del cuerpo e incremento de la leche materna.

Este producto es apto para personas que consumen productos bajos en azúcar, personas que sufren de diabetes, colesterol, etc., ya que contiene bajo nivel de grasa, calorías con un alto valor de proteínas y vitaminas. La cáscara de maracuyá es bien conocida por la pectina que es una fibra soluble y la importancia de una dieta rica en fibras.

Conociendo los beneficios que tiene este producto podrá ser consumido por personas adultas aportando grandes beneficios para el cuidado y tratamiento de la salud.



Ilustración 7. Cúrcuma

Fuente: News Medical

3.1.1 Clasificación arancelaria

La clasificación arancelaria correspondiente a la cúrcuma en polvo será la siguiente:

En Perú:



Ilustración 8. Clasificación arancelaria – Perú

Fuente: Tratamiento Arancelario Por Subpartida Nacional - SUNAT

En Holanda:

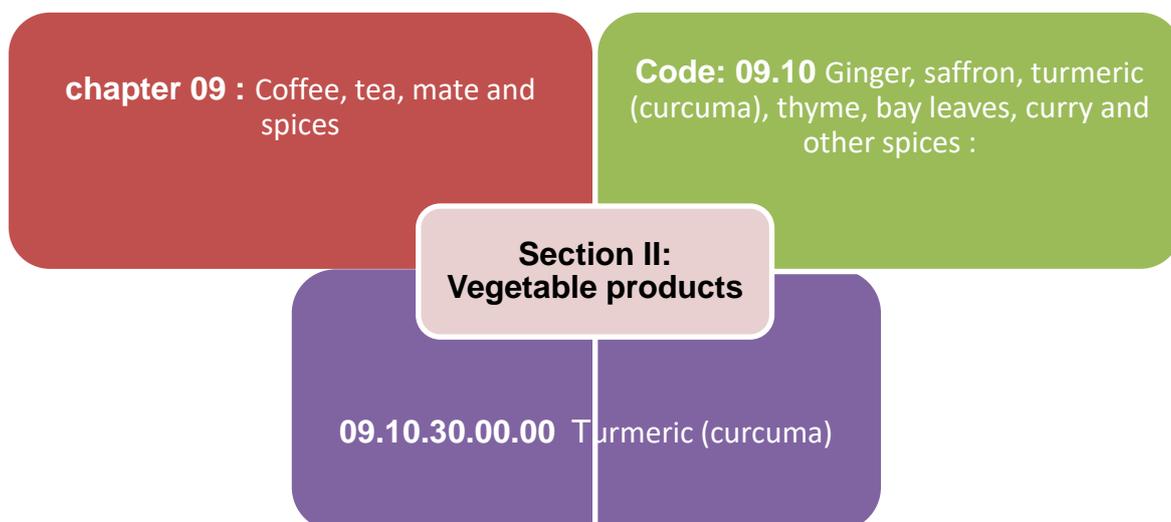


Ilustración 9. Clasificación Arancelaria – Holanda

Fuente: Santander TRADE Portal

Tal como se muestra en ambas ilustraciones la clasificación de la cúrcuma en polvo es la misma tanto en Perú como en Holanda, ya que no se tendría ningún inconveniente

respecto al producto, además ya se tiene identificado los tributos el arancel que se va a pagar al ingreso al país de destino.

Según la clasificación arancelaria del producto 0910.30.0000 identificaremos las principales empresas que exportan al mundo:

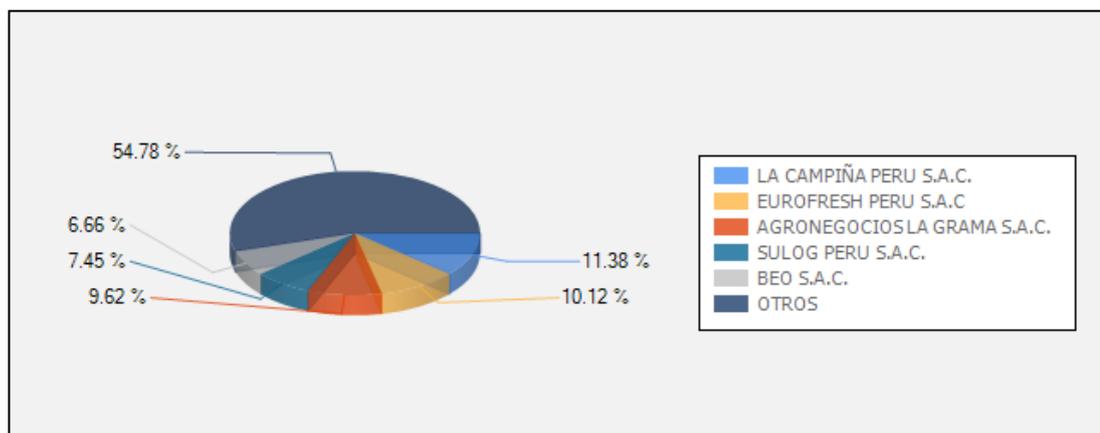


Ilustración 10. Principales empresas peruanas exportadoras de cúrcuma al mundo

Fuente: ADEX Data TRADE.

El producto cuenta con la liberación al 100% de los impuestos debido al acuerdo comercial 812 Acuerdo comercial Perú – La Unión Europea el cual deja con arancel 9% al ingresar al país de destino.

Tabla 15: Clasificación arancelaria de la cúrcuma en destino

Régimen arancelario	Arancel aplicado	EAV (AD VALOREN)	TOTAL, DE ADVALOREM
MFN duties (Applied)	0%	0%	0%

Fuente: elaboración propia, en base a (Market Acces Map, 2019).

3.1.2 Propuesta de valor

El producto para comercializar es la cúrcuma en polvo, extraído de la misma planta presentando un contenido altamente medicinal, las propiedades de esta puede ser consumidas por personas que sufren de depresión, asma, inflamaciones en los músculos a continuación se detallará la propuesta de valor para describir el desarrollo de cada una de las actividades de la empresa, para ello se tomará como referencia la “Cadena de Valor” según Porter:



Ilustración 11. Cadena de valor de Porter

Fuente: Elaboración propia

A. Actividades primarias

- Logística interna

Dentro de la logística interna el proveedor principal de la materia prima será la empresa Café Llapanchic S.R.L., siendo uno de los principales abastecedores del producto, la empresa mencionada nos abastecerá quincenalmente con la materia prima, el cual será entregado en nuestras instalaciones de la maquila.

- Operaciones

El producto será elaborado por la empresa Envases Del Perú Wildor E.I.R.L., quien brindará el servicio de producción. Una vez pasada por el proceso de la transformación Envases Del Perú Wildor E.I.R.L., hará entrega del producto de la cúrcuma en polvo en la presentación de frascos de vidrio de 250 gr, en la cantidad y el plazo establecido con el proveedor.

- **Logística externa**

La empresa contará con un asistente con conocimiento en logística internacional, quien se encargará de realizar las coordinaciones respectivas con el operador logístico hasta que el producto llegue a destino de acuerdo con el Incoterm elegido o pactado con el cliente. Cabe mencionar que, de acuerdo con la ubicación de la empresa, se espera tener una adecuada distribución internacional, que permitirá cumplir con la entrega y plazos de tiempos acordados.

- **Marketing y ventas**

La empresa busca dar a conocer los beneficios que posee el producto, así como también la calidad que ofrece y la procedencia peruana que tiene. Se buscará “llamar la atención” del mercado holandés y mostrar las bondades de este, por ser 100% natural, con alto grado de valor nutricional y beneficioso para la salud, este producto será dirigido a las personas que más se enfocan en el cuidado de la salud con el uso de productos naturales. Se realizarán estrategias de promoción como la participación en ferias internacionales en Perú y Holanda (AGF – Totaal y Fresh Rotterdam), ruedas de negocio, página web, e-commerce, redes sociales, WhatsApp LinkedIn empresarial y merchandising.

- **Servicios**

La empresa contará con un asistente comercial que tendrá un servicio personalizado a través de un correo y WhatsApp corporativo que permita responder cualquier especificación técnica, consulta o duda acerca del producto antes y después de la venta. Esto se realizará mediante la página web de fácil acceso, en el cual también se podrá encontrar información acerca de la empresa y en forma más detallada y relevante, del producto.

B. Actividades de apoyo

- **Infraestructura de la organización**

La empresa cuenta con cuatro áreas administrativas que son: Gerencia general, administración y finanzas, marketing y ventas y logística y operaciones. Cada una de las oficinas contará con un ambiente adecuado de iluminación y espacio que permita

realizar de manera eficiente las labores diarias. Contará con equipos, mobiliario y material de escritorio, necesario para el desarrollo de la empresa y el enfoque a los objetivos trazados enfocados al beneficio del consumidor.

- Recursos humanos

En la empresa, a pesar de que no cuenta con un área específica de recursos humanos, busca mantener un ambiente agradable de trabajo, cumpliendo con una remuneración justa y de acuerdo con el régimen laboral vigente al cual se acoge. Se busca el desarrollo de los colaboradores personal y profesionalmente. Se trabajará con incentivos que ayude alcanzar los objetivos trazados como es el incentivo por ventas.

- Compras

La materia prima de la cúrcuma que se exportará se va a adquirir de la empresa Café Llapanchic S.R.L. identificado con el número de RUC 20568631847 Jr. 7 de junio Nro. 670 Zona Urbana, pichanaki, Chanchamayo, Junín Si en caso la empresa ya mencionada como el principal proveedor de nuestros productos la empresa Grupo Montes Perú SAC vendría ser nuestro segundo proveedor de la materia prima necesaria para poder comercializarla al mercado holandés, ubicado en Urb. Rosa luz Mz E Lt 2 Puente Piedra, Lima.

La empresa cuenta con proveedores alternativos por si surgiera algún problema de abastecimiento o negativa de despacho por parte de los actuales proveedores.

Tabla 16: Empresas de materia Prima

	Razón social	RUC	Ubicación	Logo
Materia prima	Café Llapanchic S.R.L.	20568631847	Jr. 7 de junio Nro. 670 Zona Urbana, pichanaki, Chanchamayo, Junín	
	Grupo Montes Perú SAC	20565910958	Urb. Rosa luz Mz E Lt 2	

			Puente Piedra, Lima.	
--	--	--	-------------------------	--

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17: Proveedores de maquila

	Razón social	RUC	Ubicación	Logo
Maquila	Envases Del Perú Wildor E.I.R.L.	20538579816	Jr. Nevado Sara Sara Mza. C10 Lote. 4a Z.I. Asoc.Delicias de Villa. Chorrillos, Lima.	
	El Buen Artesano E.I.R.L.	20522050777	Calle B 131 Urb. Pando VI Etapa, San Miguel, Lima	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18: Contenido de nutrientes de la cúrcuma en polvo

Nutritivo	Unidad	Valor por 100 g	cucharadita 3 g	cucharadas 9,4 g
Próximas				
Agua	sol	12,85	0,39	1,21
Energía	kcal	312	9 9	29
Proteína	sol	9.68	0,29	0,91
Lípidos totales (grasas)	sol	3,25	0,10	0,31
Carbohidratos, por diferencia	sol	67,14	2,01	6.31
Fibra dietética total	sol	22,7	0.7	2.1
Azúcares, total	sol	3.21	0,10	0,30
Minerales				
Calcio, Ca	mg	168	5 5	dieciséis
Hierro, Fe	mg	55,00	1,65	5.17
Magnesio, Mg	mg	208	6 6	20
Fósforo, P	mg	299	9 9	28

Potasio, K	mg	2080	62	196
Sodio, Na	mg	27	1	3
Zinc, Zn	mg	4.5	0,14	0,42
Vitaminas				
Vitamina C, ácido ascórbico total	mg	0.7	0	0.1
Tiamina	mg	0,058	0.002	0.005
Riboflavina	mg	0.15	0.004	0,014
Niacina	mg	1.35	0,041	0,127
Vitamina B-6	mg	0,107	0.003	0,010
Folato, DFE	µg	20	1	2
Vitamina B12	µg	0	0	0
Vitamina A, RAE	µg	0 0	0 0	0 0
Vitamina A, UI	IU	0 0	0 0	0 0
Vitamina E (alfa-tocoferol)	mg	4.43	0.13	0,42
Vitamina D (D2 + D3)	µg	0	0	0
Vitamina D	IU	0 0	0 0	0 0
Vitamina K (filoquinona)	µg	13,4	0.4 0.4	1.3
Lípidos				
Ácidos grasos, saturados totales	sol	1.838	0,055	0,173
Ácidos grasos, monoinsaturados totales	sol	0,449	0,013	0,042
Ácidos grasos, poliinsaturados totales	sol	0,756	0,023	0,071
Ácidos grasos, trans total	sol	0,056	0.002	0.005
Colesterol	mg	0 0	0 0	0 0
Otro				
Cafeína	mg	0 0	0 0	0 0

Fuente: Elaboración propia - (United States Department of Agriculture , 2019)

El valor agregado para este producto consta de tres puntos importantes

- Calidad.
- Precio.

- Conveniencia en diferentes usos.

NaturCur Bio S.A.C. presenta como valor agregado externo:

- **Calidad**

Este aspecto es de suma importancia ya que se tomará en cuenta no sólo en el producto, sino también en el trato y servicio post venta que se dará al cliente, ya que, si se encuentra bien atendido, y el producto cubre sus expectativas antes y después de la compra, se logrará la fidelización de este.

El producto de la cúrcuma en polvo consta con grandes propiedades nutricionales y saludables en el consumo, tal como se puede apreciar en la tabla 16 Contiene vitaminas A, vitamina C, vitamina B12, B-6, hierro, potasio y demás minerales; con propiedades antioxidantes, antiinflamatorios y que ayudan a incrementar la memoria además un buen protector gástrico que favorece la digestión del organismo un producto natural con un aroma y sabor del producto que son 100% naturales.

- **Precio**

Al ser un producto ya existente en el mercado, por lo tanto, la estrategia que se va a utilizar será la penetración de mercado, significando la opción de introducirnos el mercado holandés con precios debajo de la competencia, manteniendo la misma calidad ofrecida al cliente, el aumento del consumo de productos naturales en Holanda significa una gran aceptación de nuestro producto en mencionado mercado, debido a que el público objetivo predomina más el cuidado de la salud y su bienestar.

- **Conveniencia en diferentes usos**

El producto es de fácil uso al cliente versátil ya que puede ser utilizado en diferentes usos como es en la gastronomía en distintos platos para el consumo tanto en el almuerzo o cena, como un gran suplemento en las dietas, un antidepresivo, anticancerígeno, teniendo un sabor dulce y ligeramente picante.

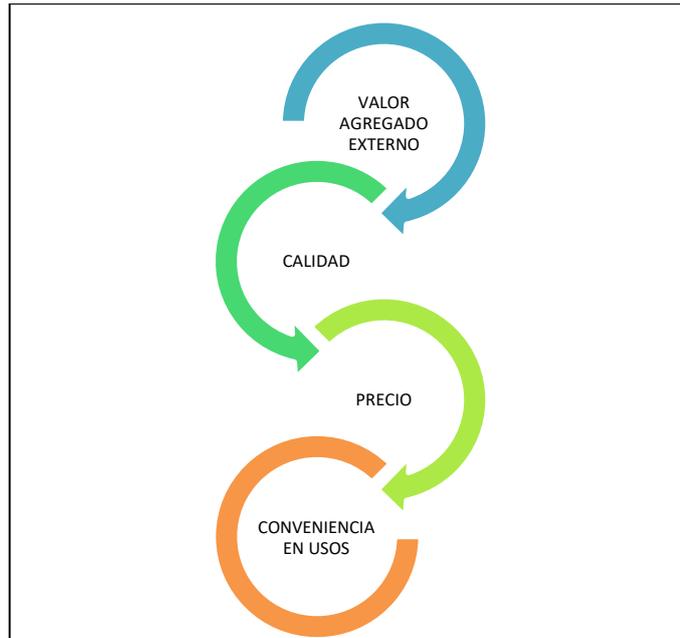


Figura 12: Valor agregado externo
Fuente: Elaboración propia

3.1.3 Ficha técnica comercial

Según (PROMPERU, 2019), la ficha técnica es un documento que permite medir costos, rentabilidad, factibilidad, sostenibilidad y datos suficientes para la toma de decisiones en el desarrollo de actividades de exportación hacia nuevos mercados y ya formados.

Tabla 19 ficha técnica comercial para la cúrcuma en polvo

Ficha técnica del producto					
	Cúrcuma en polvo				
	<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">Partida arancelaria</th> <th style="width: 50%;">Descripción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0910.30.00.00</td> <td>Cúrcuma</td> </tr> </tbody> </table>	Partida arancelaria	Descripción	0910.30.00.00	Cúrcuma
	Partida arancelaria	Descripción			
	0910.30.00.00	Cúrcuma			
	Información básica:				
Nombre Comercial	Cúrcuma en polvo				

Descripción: Producto de consumo directo obtenido de la raíz de una planta herbácea, la cúrcuma longa. Producto con alto valor nutricional, con vitaminas A, B12, C, E, D y K y minerales como el potasio, hierro, fosforo, magnesio, sodio y Zinc.

Propiedades de la cúrcuma en polvo: Posee actividad antiinflamatoria, antioxidantes, inmunoprotectora, digestiva y hepatoprotectora, su efecto beneficioso recae en enfermedades como la aterosclerosis, diabetes, cáncer, enfermedades digestivas, hepáticas e intestinales, problemas oculares, neurodegenerativos como el Alzheimer y alteraciones respiratorias.

Materia prima: cúrcuma

Color y olor: Anaranjado Oscuro, olor que recuerda a la naranja y el jengibre

Formas de Presentación: Sera presentado en un envase de tipo primario, frasco de vidrio de 250 gr 8.81 onza, con tapa twist off que permita la higiene del producto la preservación del sabor garantizando la calidad. En cuanto al envase secundario será una caja de cartón corrugado de primer uso (con su respectivo rotulado y sellado al calor) que permita transportar 36 frascos de vidrio del producto.

Variedades: Solo existe un solo tipo de Cúrcuma Longa.

Zonas de producción: La cúrcuma se cultiva en selva alta y baja, en condición de planta silvestre, se encuentra distribuida en casi toda la selva peruana. La mayor concentración de cultivos se encuentra en los departamentos de Ayacucho. Cusco y Ucayali (Yarinacocha), también podemos encontrarlo en el departamento de Junín.

Condiciones ambientales: Tropical y subtropical, temperatura promedio de 26°C, precipitación pluvial entre 800 a 3 000 mm/año y altitudes de hasta 1 500 msnm.

Suelo: Requiere suelos de textura suelta con abundante materia orgánica y buen drenaje, no soporta por mucho tiempo el encharcamiento o inundación.

Usos: Uso gastronómico, uso medicinal (dolores estomacales, heridas, asma, antiinflamatorio, capaz de atacar células cancerígenas)

Conservación y vida útil: El producto debe ser conservado en un lugar fresco y seco, libre de humedad, su tiempo de vida es de 12 meses a partir de la fecha de producción.

Principales Mercados: Los principales mercados de exportación de la Cúrcuma son los siguientes: España, Bélgica, Canadá, Estados Unidos, Alemania, Francia.

Ventana comercial

Ene.	Febr.	Marzo	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Oct.	Nov.	Dic.
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Fuente: Elaboración propia

La siembra y la cosecha de la cúrcuma se puede realizar durante todo el año no teniendo ningún inconveniente en encontrar dicho producto

3.2.- Investigación del Mercado de Objetivo

En la investigación de mercado y poder dar una elección más favorable para la empresa se hace distintas consultas en las siguientes páginas de los portales web como SUNAT, SIICEX, TRADE MAP, ADEX DATA TRADE, de donde se obtuvo información internacional y nacional de la partida 091030.

Tabla 20: Importación internacional a nivel mundial de la partida 091030

(Expresado en miles de dólares)

Importadores	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018
India	12571	20432	25958	27467	44417

Estados Unidos de América	19308	23638	30881	35073	37964
Irán, República Islámica del	14491	18194	18737	21669	23994
Reino Unido	7464	7802	9971	11507	14357
Marruecos	3242	3617	5400	6274	12894
Alemania	5957	6851	8851	11548	12212
Malasia	8626	9990	10851	10775	11694
Japón	10776	10157	8775	9290	9383
Emiratos Árabes Unidos	5905	7229	8575	8458	8868
Sri Lanka	4646	6929	7132	6864	7672
Países Bajos	4158	5602	7594	8522	7539

Fuente: Elaboración propia en base a (Trade Map, 2019)

Como se observa en la tabla N°20, La India es el país que registra mayor importación de la partida desde el año 2014, para los años 2017 y 2018, se registra que sus niveles de importaciones han superado los 44,000.00 dólares. También se observan países importadores como Estados Unidos, Irán, Reino Unido, Marruecos y Alemania; quienes superan los 30,000.00 dólares de importación para la partida. Esto significa que hay mercados atractivos para el producto, pero en Holanda en cambio si bien es cierto el monto de importación es menor comparado con otros países, se puede deducir que, en casi todos los últimos años, se ha reflejado un aumento en el monto importado, comparado con los otros países, en lo que algunos años, se ha visto una disminución significativa. Cabe mencionar también que Holanda es un país con una economía estable, en crecimiento y muy competitivo.

Tabla 21: Exportaciones peruanas a nivel mundial de la partida 09103000000 (Expresado en miles de dólares)

Importadores	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018
Países Bajos	415	371	1449	2329	1316
Canadá	66	103	303	590	334
Bélgica	40	93	119	159	278
España	195	116	105	164	242
Italia	0	7	53	66	157
Alemania	0	5	9	323	154
Chile	96	39	225	346	130
Argentina	285	162	164	155	117
Turquía	0	0	0	0	111
Brasil	0	0	2	159	76
Estados Unidos de América	12	26	24	633	69

Fuente: Elaboración propia en base a (Trade Map, 2019)

En la tabla N°21, en cuanto a las exportaciones peruanas para el mundo de la partida 0910300000, se puede concluir que destacan los países como Canadá, Bélgica, España, Italia, Alemania, entre otros. En cuanto a las exportaciones hacia Holanda, se registra un incremento significativo en los últimos cinco años, siendo una oportunidad de negocio para la cúrcuma en polvo.

Tabla 22: Exportaciones peruanas del año 2018 para la partida 09103000000

País de Destino	Valor FOB(dólares)	Peso Neto(Kilos)	Peso Bruto (Kilos)	Porcentaje FOB
NL - NETHERLANDS	1,355,604.35	606,386.391	671,299.913	42.40
CA - CANADA	345,373.20	149,708.852	165,919.754	10.80
BE - BELGIUM	278,075.18	122,800.000	142,762.455	8.70
ES - SPAIN	216,396.50	116,995.030	129,635.401	6.77
AR - ARGENTINA	168,805.39	77,830.000	78,110.020	5.28
IT - ITALY	157,376.37	77,781.106	85,984.409	4.92
DE - GERMANY	154,328.88	43,738.620	47,417.864	4.83
CL - CHILE	130,202.31	144,517.600	149,890.379	4.07
TR - TURKEY	110,929.00	19,584.000	21,800.000	3.47
BR - BRAZIL	76,418.98	31,325.000	31,642.000	2.39
DO - DOMINICAN REPUBLIC	47,252.30	14,821.000	15,208.250	1.48
US - UNITED STATES	46,629.49	15,942.478	18,036.942	1.46
CO - COLOMBIA	37,035.00	72,600.000	73,024.045	1.16
EC - ECUADOR	29,985.00	17,300.000	17,455.000	0.94
GB - UNITED KINGDOM	16,152.24	7,191.000	7,960.968	0.51
MX - MEXICO	12,475.00	4,050.000	4,192.776	0.39
HK - HONG KONG	8,040.00	3,000.000	3,020.000	0.25
VE - VENEZUELA	4,435.74	3,000.000	3,026.000	0.14
FR - FRANCE	1,472.47	205.000	229.785	0.05
PA - PANAMA	521.25	250.000	252.000	0.02
LOS DEMAS - LOS DEMAS	0.00	0.000	0.000	0.00
TOTAL - TOTAL	3,197,508.65	1,529,026.077	1,666,867.961	100.00

Fuente: Elaboración propia en base a (SUNAT, 2019)

Tal como se observa en la tabla N°22, gran parte de la producción nacional se destina básicamente a Holanda, seguido de Canadá y Bélgica. Desde la macro segmentación se evalúan tres posibles alternativas a los cuales es viable derivar el producto como mercado de destino, es por ello por lo que para validar la información se tomará la data de SUNAT, TRADE MAP, VERITRADE, CIA, CESCE, MACMAP y SIICEX para un mejor estudio de mercado a destino.

Como se mencionó anteriormente los países con los cuáles se hará el análisis serán:

- ✓ Países bajos
- ✓ Canadá
- ✓ Bélgica

Siguiendo con el análisis y con el fin de ir definiendo la selección del mercado objetivo, se mostrará información a detalle de datos importantes de cada país como son la población, inflación, PBI, entre otros.

Tabla 23: Criterios de selección de mercado - detalle

Crterios	Peso relativo	Países Bajos	Valor	Puntaje	Canadá	Valor	Puntaje	Bélgica	Valor	Puntaje
Población 2018	7%	17,151,228	3	0.21	35,881,659	4	0.28	11,570,762	2	0.14
PBI - per cápita 2018	18%	\$53,900	5	0.9	\$48,400	3	0.54	\$46,600	2	0.36
Demanda - Importación valor 2018	18%	1,355,604.35	5	0.9	345,373.20	3	0.54	278,075.18	2	0.36
Riesgo país (confianza)	16%	Economía interna: regular/ Situación política: muy estable / Economía Externa: favorable	4	0.64	Económica interna: regular / Situación política: muy estable / Economía Externa: Favorable	4	0.64	Situación económica interna: Regular / Situación política: Relativamente estable / Situación Externa: Regular	3	0.48
Inflación 2018	7%	1.30%	4	0.28	1.60%	3	0.21	2.20%	2	0.14
Acuerdos comerciales	7%	Acuerdo Comercial entre Perú y la Unión Europea	3	0.21	Tratado de Libre Comercio Perú – Canadá	3	0.21	Acuerdo Comercial entre Perú y la Unión Europea	3	0.21
Barreras arancelarias	9%	no existe	3	0.27	no existe	3	0.27	no existe	3	0.27
Preferencias arancelarias	9%	no existe	3	0.27	no existe	3	0.27	no existe	3	0.27
Barreras no arancelarias	9%	alta exigencia	3	0.27	exigencia regular	5	0.45	alta exigencia	3	0.27
Total	100%			3.95			3.41			2.50

Tal y como se desprende la tabla N°23, para realizar la búsqueda de un mercado objetivo, ha sido necesario recolectar datos que proporcione información relevante, esto ha sido determinado en base a los datos que brindan fuentes como SUNAT, TRADE MAP, VERITRADE, CIA, CESCE, MACMAP y SIICEX, que para los fines de este estudio resultan de vital importancia.

En una primera mirada se puede observar, que la tasa de inflación es menor en Holanda, en cambio las barreras arancelarias según los acuerdos comerciales firmados con la unión europea no existen en ninguno de los tres países seleccionados, así como el nivel de competencia es muy alta en Holanda.

En vista de la información detallada líneas arriba, se procede a realizar una ponderación objetiva con la finalidad de obtener el principal país de destino.

De acuerdo al análisis realizado en la tabla N°23, respecto a los diversos criterios para la exportación de cúrcuma en polvo de la empresa NaturCur Bio S.A.C. , se puede observar que si bien Holanda presenta mayor puntajes en rubros como demanda de la partida y PBI que podrían reflejar un ambiente que es mucho más favorable en base a la ponderación realizada de los principales indicadores de cada uno de los países elegidos, se debe tomar en consideración estos factores importantes para la elección de mercado objetivo de destino en base a este análisis y ponderación se obtiene como resultado final que el macro mercado objetivo es el país de Holanda con un puntaje de 3.95 que presenta sus mayores puntajes en rubros como: Demanda de la partida 091030, riesgo país, idioma y los puntos más importantes y determinantes como el de las barreras arancelarias y nivel de competencia ya que en Holanda no es mucha la competencia en la partida 0910300000 especialmente en la exportación de Cúrcuma en polvo.

3.2.1 Segmentación de mercado objetivo

3.2.1.1 Segmentación de mercado objetivo macro

A. Información general

Según la información de (PROMPERÚ - SERVICIOS AL EXPORTADOR, 2015) Países bajos está situado en el noreste de Europa. Es uno de los más pequeños en superficie terrestre (41 526 km²) y limita con Bélgica por el sur y al oeste con

Alemania. El país constituye una de las naciones más pobladas del mundo, con 406 habitantes por km². Actualmente cuenta con 16,9 millones de habitantes. Ámsterdam es la capital y es la ciudad más poblada. El territorio está dividido en 12 provincias, 3 regiones autónomas y 3 municipalidades. Es miembro de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), de la Unión Europea (UE) y de las Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) Holanda es la economía número 17 por volumen de PIB. Su deuda pública en 2014 fue de 451.006 millones de euros, un 68,80% del PIB y su deuda per cápita de 26.763 € euros por habitante. El idioma oficial es el holandés, pero prácticamente el 100% de la población urbana habla un inglés fluido.

B. Economía

La economía holandesa quedó rezagada respecto de sus pares durante la mayor parte del período entre 2010 y 2014. El desempeño deslucido fue el resultado de la debilidad de las exportaciones y la inversión. La deuda de los hogares también aumentó con efectos negativos en el consumo privado. En última instancia, el gobierno se vio obligado a implementar una serie de medidas de gasto adicionales para hacer frente a los problemas financieros relacionados, incluida la nacionalización de dos bancos en quiebra.

La economía comenzó a mejorar en 2015 y 2016 cuando tanto el consumo como la inversión se fortalecieron. Las fuertes ganancias en poder adquisitivo apoyaron una recuperación en el gasto del consumidor. La economía continuó fortaleciéndose en 2017 cuando el PBI real aumentó en 3.2%. Tanto el consumo privado como la inversión fueron factores importantes. Las empresas comenzaron a invertir más en equipos, ya que las tasas de utilización de la capacidad volvieron gradualmente a los niveles previos a la crisis.

El PIB real de los Países Bajos crecerá un 2,7% en 2018, frente al 3,2% de 2017. El consumo privado solo tendrá ganancias moderadas. Sin embargo, las exportaciones, que equivalen a alrededor de dos tercios del PBI, aumentarán a un ritmo de dos dígitos. La inversión se beneficiará del paquete de estímulo fiscal del gobierno. La economía holandesa es una de las más vulnerables al Brexit.

La inflación fue del 1,4% en 2017 y se espera que los precios aumenten un 1,5% en 2018. Con el tiempo, se espera que la inflación aumente gradualmente a medida que los mercados laborales y de productos se ajusten.

El mercado holandés de la vivienda sufre problemas estructurales. Los grandes subsidios para el alquiler regulado y la propiedad de la vivienda desplazan la inversión en el sector de alquiler no regulado. Existe una escasez de casas de alquiler privadas en las principales ciudades. Se espera que los precios aumenten en 2018. Los altos niveles de deuda hipotecaria dejan a los hogares vulnerables a la disminución de los precios de la vivienda.

El valor real del consumo final privado aumentó un 1,9% en 2017 y se espera un crecimiento del 1,7% en 2018. Un mercado laboral robusto respalda el gasto del consumidor. Los altos niveles de deuda de los hogares son un lastre.

El desempleo fue del 4,9% en 2017 y caerá al 4,2% en 2018. El endurecimiento del mercado laboral y el crecimiento de los salarios se está acelerando, en parte como resultado de las mayores demandas salariales de los sindicatos. Sin embargo, el promedio anual de horas trabajadas por trabajador sigue estando entre los más bajos de la UE debido a la gran cantidad de trabajadores a tiempo parcial. El crecimiento de la productividad aún no se ha recuperado.

C. Evaluación potencial de mercado:

El crecimiento será constante en los próximos años. Los planes de gasto del gobierno y los recortes de impuestos en los próximos cuatro años implican un estímulo fiscal equivalente a casi el 2% del PIB. Sin embargo, el desempeño de la economía eventualmente caerá por debajo de las tasas de tendencia, creciendo alrededor de 1.3% por año para el 2025.

El consumo final privado y la inversión serán los principales impulsores a largo plazo. El consumo privado podría ser más fuerte de lo proyectado si los hogares redujeran sus ahorros a medida que aumentan los efectos sobre la riqueza y el ingreso. Los Países Bajos son especialmente vulnerables a los efectos del Brexit debido a su posición como centro económico europeo y sus fuertes vínculos comerciales y financieros con el Reino Unido. La posibilidad de un aumento del proteccionismo es otro riesgo importante a la baja.

El crecimiento de la productividad está mejorando, pero está rezagado con respecto al de muchos Estados miembros de la UE. La fuerza de trabajo se contraerá a mediano plazo como resultado del envejecimiento de la población, lo que hace que las mejoras en la productividad laboral sean aún más

importantes. Mayores superávits fiscales serán necesarios para compensar los aumentos esperados en el gasto relacionado con la población.

D. Ambiente de negocios:

El gobierno ha introducido varias medidas destinadas a aumentar el rendimiento a corto y largo plazo. La edad legal de jubilación se ha incrementado, mientras que otras medidas están destinadas a mejorar la portabilidad. Se planea una reforma del sistema impositivo (incluida la unificación de la mayoría de las tasas del IVA). Los funcionarios también han anunciado un paquete de medidas para abordar la evasión y evasión fiscal internacional.

Se están llevando a cabo reformas estructurales diseñadas para impulsar la productividad y aumentar la participación laboral. Un recorte en los impuestos a los trabajadores de bajos ingresos y los que perciben una segunda pensión con hijos pequeños debería ayudar a aumentar la participación femenina en el trabajo remunerado.

E. Sociedad.

Población

La población de los Países Bajos fue de 17,1 millones en 2017, frente a los 15,9 millones en 2000. La población total crecerá muy lentamente en el futuro. La edad media en 2017 fue 42.6 años, 5.3 años mayor que la cifra del 2000 y superior al promedio regional.

La tasa de fertilidad ha estado por debajo del nivel de reemplazo desde 1980. Actualmente, la fertilidad es de aproximadamente 1.7 nacimientos por mujer, aproximadamente igual al promedio de toda Europa, y cambiará muy poco en el mediano plazo. Un alto nivel de participación femenina en la fuerza de trabajo y un acceso generalizado a los medios modernos de anticoncepción y aborto evitan un aumento más rápido de la fecundidad.

Ingresos y gastos

La tasa de ahorro de los Países Bajos fue del 8,4% de la renta disponible en 2017 y caerá al 8,3% en 2018.

La envejecida sociedad holandesa podría eventualmente tener un profundo efecto en muchos mercados de consumidores ya que la mayoría de los ancianos han acumulado cantidades considerables de riqueza y gozan de pensiones generosas, así como de una atención médica adecuada.

El gasto de consumo per cápita totalizó 18.432 (US \$ 20.773) en 2017. En 2018, el indicador crecerá un 1,2%. Se espera que las viviendas y las comunicaciones experimenten el aumento más pronunciado en el gasto en 2018-2030.

Para el período 2018-2030, el gasto total de los consumidores crecerá a una tasa anual promedio de 1.4%. Aumentará en un valor acumulado de 17.8% durante esos años. El gasto total de los consumidores representará el 42,6% del PIB en 2018, significativamente por debajo del promedio regional.

El ingreso disponible per cápita fue de € 20,170 (US \$ 22,732) en 2017. En términos reales, el indicador aumentará en un 1,0% en 2018.

Durante el período 2018-2030, el ingreso disponible total aumentará en un valor acumulado de 16.3% en términos reales, creciendo a una tasa anual promedio de 1.3%.

Fuente: (OFICINA DE INFORMACION DIPLOMATICA, 2019)

Euro monitor International **Países Bajos: Perfil del país** Informe del país

F. Evolución de los principales sectores económicos

El sector agrícola emplea el 2,2% de la fuerza de trabajo, pero es más grande que en la mayoría de los países de Europa occidental. Las granjas son eficientes y los agricultores se benefician del carácter bajo y bien irrigado del paisaje. La productividad ha aumentado rápidamente en las últimas dos décadas, pero las prioridades se están reorientando para centrarse en cuestiones ambientales, el bienestar de los animales y la calidad de los productos. Holanda tiene una posición líder en el mercado mundial de productos hortícolas y es un importante exportador de carne y productos lácteos. El número de granjas está disminuyendo constantemente a medida que los productores se consolidan.

El sector manufacturero representa el 13.0% del PIB y emplea el 11.2% de la fuerza de trabajo. La industria manufacturera está dominada por industrias tales como ingeniería, fabricación de vehículos, productos eléctricos y electrónicos, productos químicos, aeroespaciales y petroquímicos. Muchas de estas compañías son multinacionales de propiedad extranjera, atraídas a los Países Bajos por su

fuerza de trabajo altamente educada y excelentes habilidades de ingeniería. Brainport, una importante área de centros industriales en el sur de los Países Bajos, combina industrias, desde alimentos hasta automotriz, diseño y tecnología.

El sector de servicios representa el 77.0% del PIB, y el sector público y los servicios personales representan casi una cuarta parte. En el sector financiero, la calidad crediticia se ha deteriorado y la rentabilidad de los bancos es baja. Las ventas minoristas han sido débiles durante varios años. El valor real de los recibos de turistas aumentó un 2,7% en 2017 y se espera un crecimiento del 1,4% en 2018.

G. Nivel de competitividad

Los Países Bajos, se encuentra en la posición 27 de 189 economías analizadas en el ranking de facilidad para hacer negocios, de 2015. Este país disminuyó una posición con respecto a 2014, debido principalmente a factores como apertura de un negocio (bajó 3 posiciones), obtención de electricidad (bajó 6 posiciones), obtención de crédito (bajó 4 posiciones), manejo de permisos de construcción (bajó 1 posición) y protección de los inversores (bajo 3 posición)

Cuadro 02: Ranking de Facilidad para hacer negocios 2015

Criterios	Países Bajos	Perú	Alemania	Bélgica	EE.UU	Chile	Colombia
Facilidad de hacer negocios	27	35	14	42	7	41	34
Apertura de un negocio	21	89	114	14	46	59	84
Manejo de permiso de construcción	100	87	8	82	41	62	61
Acceso a electricidad	90	86	3	99	61	49	92
Registro de propiedades	58	26	89	171	29	45	42
Obtención de crédito	71	12	23	89	2	71	2
Protección de los inversores	94	40	51	40	25	56	10
Pago de impuestos	23	57	68	81	47	29	146
Comercio transfronterizo	13	55	18	26	16	40	93
Cumplimiento de contratos	19	100	13	10	41	64	168
Cierre de una empresa	12	76	3	11	4	73	30

Fuente: Doing Business 2015. Banco Mundial Elaboración Promperú

Ilustración 13. Ranking de facilidad para hacer negocios

FUENTE: (PROMPERÚ - SERVICIOS AL EXPORTADOR, 2015)

Según se aprecia en la ilustración, para este caso solo se han tomado en cuenta algunos países de Europa y América específicamente aquellos con los que el Perú comercializa, según se observa, el país que brinda mayor facilidad para hacer negocios

es Estados Unidos ubicado en la posición 7° del ranking mientras que Perú está ubicado en la posición 35° por encima de países como Alemania, Bélgica, Chile y Colombia y nuestro mercado objetivo como Holanda está en la posición 27°.

3.2.1.2 Segmentación de mercado objetivo micro GEO

Habiéndose seleccionado a Holanda como el país al cuál se exportará la cúrcuma, será necesario hacer una evaluación detallada sobre el mercado objetivo macro para eso se analizarán las ciudades más importantes de Holanda y el número de habitantes.

Tabla 24: Principales ciudades y número de habitantes – países bajos

Nombre	Población
Ámsterdam	2,717,363
Róterdam	1,680,466
La Haya	1,070,292
Utrecht	875,245
Eindhoven	743,804

Fuente: Elaboración propia en base (OECD, 2016)

Como se puede observar en la tabla N°24 dentro de las principales ciudades de Holanda se encuentra la ciudad importante y capital de esta es Ámsterdam que además posee la mayor población con respecto a las demás, con un total de 2,717,363 millones de habitantes seguido muy de lejos por Rotterdam con un total de 1,680,466 millones de habitantes.

Holanda con una superficie de 41 526 kilómetros cuadrados posee una sociedad más tolerante de hecho su popularidad en este aspecto ha atraído personas de todo el mundo a lo largo de los siglos.

Respecto a los negocios los holandeses consideran estos puntos muy importantes para la seriedad del pacto formado

- Ser puntual. Si alguna vez llega tarde, llame antes de tiempo y explique el motivo.

- Demuestre por qué la relación entre ustedes resultará beneficiosa para ambas partes.
- A los holandeses les gusta hacer negocios con perspectivas a largo plazo.
- El tiempo dedicado a la vida privada (con la familia) es extremadamente importante para ellos, por ello no les pida que trabajen hasta tarde ni los fines de semana.

Tabla 25: Ciudades que importan productos de partida 091030

ADUANAS	US\$ FOB TOTAL					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
AMSTERDAM	26,392.5	95,329.5	180,089.21	317,609.35	88,306.28	137,746.94
ROTTERDAM	388,384.39	275,976.46	1,262,394.13	2,055,951.27	1,276,555.97	535,963.82
TOTAL, GENERAL	414,776.89	371,305.96	1,442,483.34	2,373,560.62	1,364,862.25	673,710.76

Fuente: Elaboración propia en base a (Adex Data Trade, 2019)

Se puede deducir de la Tabla N°25 que las ciudades que importan mayor volumen en valor FOB de la partida 0910.30.00.00 son las ciudades de Ámsterdam y Rotterdam, cada una respectivamente \$ 88,306.28 y \$ 1,276,555.97. Por otro lado, podemos observar que en base al monto general las importaciones han venido incrementando, a excepción del año 2018 que hay un pequeño decrecimiento en comparación de los años anteriores, pero tendrá una gran recuperación respecto a la proyección del 2019 recuperando el volumen a lo que va el año, el cual es de \$ 673,710.76.

Tabla 26: Importaciones de la partida 0910.30.00.00 en kilogramos

ADUANAS	SUMA EN KILOGRAMOS					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
AMSTERDAM	6294.4	28371.12	53229.1	46207.6	38328.817	68114.881

ROTTERDAM	186475.849	90171.729	578710.397	735339.35	572817.574	270771.457
TOTAL, GENERAL	192770.249	118542.849	631939.497	781546.95	611146.391	338886.338

Fuente: Elaboración propia en base a (Adex Data Trade, 2019)

Según se visualiza en la Tabla N°26, existen dos ciudades a las cuales por su nivel de importación y número de habitantes se podría dirigir el producto puesto que si se toma en cuenta estas variables resulta menos complejo hallar un mercado con posibilidades mayores de aceptación y demanda, además cabe resaltar que estas dos principales ciudades Ámsterdam es la capital del país y Rotterdam es uno de los HUB del viejo continente.

A continuación, se muestra una tabla con información relevante de las dos regiones holandesas seleccionadas: Ámsterdam y Rotterdam.

Ámsterdam

La Cautivadora Ámsterdam es una preciosa ciudad de planta medieval cuya arquitectura combina numerosos canales cruzados por pintorescos puentes con la estilizada arquitectura holandesa vertical de los siglos XVI y XVII. Actualmente Ámsterdam es sinónimo de cultura y diversión y es que, entre sus preciosas calles.

- **Clima:** El clima en Ámsterdam se encuentra influenciado por los vientos del Atlántico, aunque se puede considerar moderado.
- **Idioma:** Los habitantes de Ámsterdam hablan el neerlandés u holandés, aunque realmente este último término se utiliza para referirse en particular al dialecto hablado en Holanda central.
- **Aeropuerto:** El principal aeropuerto de Países Bajos es el de Schiphol cuenta con una lanzadera cada 10 minutos hasta el centro de la ciudad. Las tarifas de los taxis rondan los 2,50 euros por kilómetro, independientemente de la hora; existen también otros servicios ampliamente utilizados como Uber.
- **Puerto de Ámsterdam:** es un puerto marítimo en Ámsterdam, Países Bajos. El puerto está situado en la orilla de una antigua bahía llamada IJ y el canal del Mar del Norte, con el que está conectado con el Mar del Norte, Hoy en día, el puerto de Ámsterdam es el segundo puerto más grande de los Países Bajos.

- **Economía:** innegable centro económico y cultural, Ámsterdam es una ciudad dinámica, y muy importante desde el punto de vista económico, ya que es aquí donde se toman las mayores decisiones económicas de los países bajos. Es una ciudad que en este sentido ocupa el quinto puesto en Europa tras Londres, Frankfurt, París y Bruselas. El índice AEX de la bolsa de Ámsterdam (la bolsa más antigua del mundo), forma parte de Euronext, un holding al que pertenecen las bolsas de París, Bruselas, Lisboa y Ámsterdam.

Su puerto es el principal motor económico, siendo uno de los principales del mundo y el más importante de Europa en movimiento de mercancías. Además, es una ciudad universitaria, así como una ciudad turística. Todo ello hace que la economía de Ámsterdam sea de las más variadas y fuertes del continente.

- **Población** La capital de Holanda es Ámsterdam, teniendo una población de 2,717,363 habitantes.

Rotterdam

Rotterdam es una ciudad neerlandesa situada al oeste del país, en la provincia de Holanda Meridional, y puerto sobre el río Mosa, cerca de La Haya. Situada a 30 km del mar, La ciudad es conocida por la Universidad Erasmus, su vida cultural y su patrimonio marítimo.

- **Economía:** Róterdam ha sido siempre uno de los principales centros de la industria del transporte marítimo en los Países Bajos, Róterdam es también el hogar de la empresa holandesa de bienes de consumo Unilever y Mittal Steel Company NV, filial de la sede en Luxemburgo de Arcelor Mittal, la siderúrgica más grande del mundo.
- **Población** La ciudad de Rotterdam, tiene una población de 1,680,466 habitantes.
- **Puerto de Rotterdam:** el puerto de Róterdam, un gran conjunto portuario en el extremo oeste del canal fue construido en la década de 1960 para la descarga y almacenamiento del crudo procedente de los petroleros. Varios canales comunican la ciudad con otros centros urbanos en la Unión Europea, siendo el CENTRO DE OPERACIONES (HUB) más importante del viejo continente.
- **Clima:** El clima es oceánico, con suaves veranos y fríos inviernos.

- **Aeropuerto de Rotterdam:** es el tercero más grande de los Países Bajos por número de pasajeros, El aeropuerto también es utilizado de manera frecuente por la aviación general y hay algunos aeroclubes y escuelas en el aeropuerto.

3.2.2 Tendencias de consumo

Los estudios recientes de mercado respecto a la tendencia de consumo de los ciudadanos holandeses indican cambios cualitativos y cuantitativos en sus hábitos de consumo, ya que prefieren una alimentación basada en alimentación saludable para el cuidado de la salud y bienestar para el organismo

Perfil del consumidor holandés:

Como lo menciona (SANTANDER TradePortal, 2019), Los Países Bajos son la séptima economía mundial en términos de PIB, y los neerlandeses gozan de un fuerte poder adquisitivo. Sin embargo, desde la crisis económica mundial, los consumidores siguen siendo prudentes, y son muy sensibles a los precios y las ofertas especiales. Además, suelen buscar la calidad, y están dispuestos a comprar algo cuando consideran que el precio está acorde con la calidad. Por lo general, no suelen preferir los productos holandeses por encima de sus equivalentes extranjeros. Son sensibles a la publicidad y una buena campaña publicitaria favorecerá sin duda el aumento de las ventas. Se tiende a buscar productos prácticos, sanos y duraderos. El comportamiento de compra de los consumidores cambia constantemente debido a la oferta creciente de empresas internacionales y de los progresos tecnológicos.

Además, cabe resaltar como lo dice el (MINCETUR, 2019), En lo referente al subsector de frutas y hortalizas, es preciso destacar que Países Bajos es un gran consumidor de frutas y hortalizas; España es el principal proveedor en este sector. La preferencia por estos productos se ha visto impulsada en los últimos años con un interés creciente. Asimismo, se experimenta un ligero descenso en el consumo de productos frescos y un incremento del consumo de los productos elaborados o semielaborados. Los consumidores valoran los atributos de conveniencia, novedad, valor y calidad.

(PROMPERÚ - SERVICIOS AL EXPORTADOR, 2015) De acuerdo con el instituto de salud pública del gobierno, las personas de todas las edades consumen de 100 a 120

gramos de verduras al día, y según informe de Deloitte, en promedio, los holandeses cenan con carne 4,7 días a la semana, seguido de pescado 0,9 días, sustitutos de la carne 0,5 días. De otra parte, las ventas de supermercados y ofertas especiales se han vuelto más importantes, y el 55% de los consumidores sale a comer con menor frecuencia.

Este tipo de cambio de salir a comer con menor frecuencia hace que cocinen sus propios alimentos en sus hogares contribuyendo a su apariencia al cuidado de la salud y a obtener los mayores nutrientes de cada alimento.

(AGRODATAPERU, 2019) Holanda es el primer importador de Cúrcuma del Perú, la preocupación de los últimos años en el cuidado de la salud y el consumo de productos orgánicos y naturales ha incrementado significativamente, optando así una mejor selección de productos que son muy beneficiosos para el organismo es por ello que observamos un nicho de mercado el cual satisfacer, la cúrcuma en polvo, con un fuerte aroma y conteniendo vitaminas y minerales.

Las principales empresas competidoras que exportan la Cúrcuma al país de Holanda son LA CAMPIÑA PERÚ S.A.C, EUROFRESH PERÚ S.A.C, AGRONEGOCIOS LA GRAMA S.A.C, SULOLOG PERÚ S.A.C, BEO S.A.C (Adex Data Trade, 2019).

3.2.3 Análisis del entorno (PESTEL)

El análisis PESTEL para el entorno del mercado objetivo que es Holanda, se tiene que evaluar cada punto en describir el entorno externo a través de factores políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ecológicos y legales y de los cuales nos puede dar una pista anticipada de cómo se puede comportar el mercado en un futuro cercano.

De acuerdo con los puntos ya mencionados vamos a profundizar cada parte para poder tener un panorama más amplio del mercado holandés.

- **Factor Político:**

La forma de gobierno en los países bajos es una Monarquía constitucional basada en la democracia parlamentaria, El jefe de estado es la reina tras las elecciones parlamentarias (cámara baja), el monarca nombra Primer Ministro (presidente del gobierno) al máximo responsable del partido mayoritario o de la coalición mayoritaria,

para que gobierne durante una legislatura de cuatro años. El monarca nombra al Consejo de Ministros recomendado por el Primer Ministro.

Cuerpo legislativo bicameral. El parlamento, llamado Estados Generales, está formado por dos cámaras: La Primera Cámara (o cámara alta) y la Segunda Cámara (o cámara baja). El gobierno tiene derecho a disolver el parlamento, una de las cámaras o ambas.

- **Factor económico:**

Como lo mencionas (SANTANDER TradePortal, 2019) Los Países Bajos son la sexta mayor potencia económica en la Eurozona euro y el quinto mayor exportador de bienes. El país está muy abierto al comercio y, en consecuencia, a la coyuntura económica mundial. Durante el último par de años, la recuperación en Europa ha permitido que la economía holandesa crezca a un ritmo dinámico: el crecimiento se estimó en 2.8% del PIB en 2018 impulsado principalmente por la demanda interna, pero se espera que el ritmo de expansión disminuya a 2.6. % y 2,3% en los próximos años debido principalmente a la desaceleración del consumo y la inversión privados.

Indicadores de crecimiento	2016	2017	2018 (e)	2019 (e)	2020 (e)
PIB (miles de millones de USD)	783,85	832,24e	909,89	933,18	980,56
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	2,2	2,9e	2,8	2,6	2,3
PIB per cápita (USD)	46.028	48.555e	52.931	54.129	56.713
Saldo de la hacienda pública (en % del PIB)	0,8	1,1	0,2	0,3	0,4
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	61,3	56,5	53,1	49,9	47,2
Tasa de inflación (%)	0,1	1,3	1,4	1,6	1,8
Tasa de paro (% de la población activa)	6,0	4,9	3,9	3,8	3,7
Balanza de transacciones corrientes (miles de millones de USD)	62,92	87,46	89,86	90,19	90,59
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	8,0	10,5	9,9	9,7	9,2

Ilustración 14. Indicadores de crecimiento.

Fuente: (International Monetary Fund, 2019) en base a International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, October 2018.

- **Factor Sociocultural:**

Como lo menciona (OFICINA DE INFORMACION DIPLOMATICA, 2019) da una mención social en el aspecto del país:

- Población urbana (2018): 90,7%

- Densidad (2018): 507 habitantes por km²
- Índice Desarrollo Humano [valor numérico /Nº orden mundial (2016)]: 0,924/ 7º de 188 países
- Tasa de fecundidad (2017): 1,75
- Tasa de natalidad (1/1000) (2017): 10,30
- Tasa de mortalidad (1/1000) (2017): 8,78
- Esperanza de vida (años) para mujeres (2017): 83,30
- Esperanza de vida (años) para hombres (2017): 79,9
- Crecimiento anual (2017): 0,39%
- Tasa de analfabetismo: 1%
- Ingreso nacional bruto per cápita en dólares americanos: 47.900

En la parte cultural existe un gran interés en los Países Bajos por la lengua y cultura española y se refleja en las numerosas manifestaciones de la cultura española en este país. La Embajada de España cuenta con una Consejería Cultural que cada año ejecuta una programación cultural previamente aprobada por el Ministerio de Asuntos Exteriores. En el campo de la educación, destaca el aumento de la demanda del español como lengua extranjera en todos los tramos educativos, especialmente en el de la enseñanza universitaria y superior. Especial mención requiere además la existencia de un Instituto Cervantes, con sede en Utrecht, y que organiza numerosas actividades de promoción cultural y de difusión del español.

- **Factores Tecnológicos:**

Como lo comenta (ICEX, 2019) Los sectores relacionados con las nuevas tecnologías y la digitalización presentan una gran relevancia de cara al futuro: *Smart cities/Smart industry*, digitalización, Internet de las cosas, economía circular y, especialmente, ciberseguridad, dado el alto número de infraestructuras críticas que existen en su territorio.

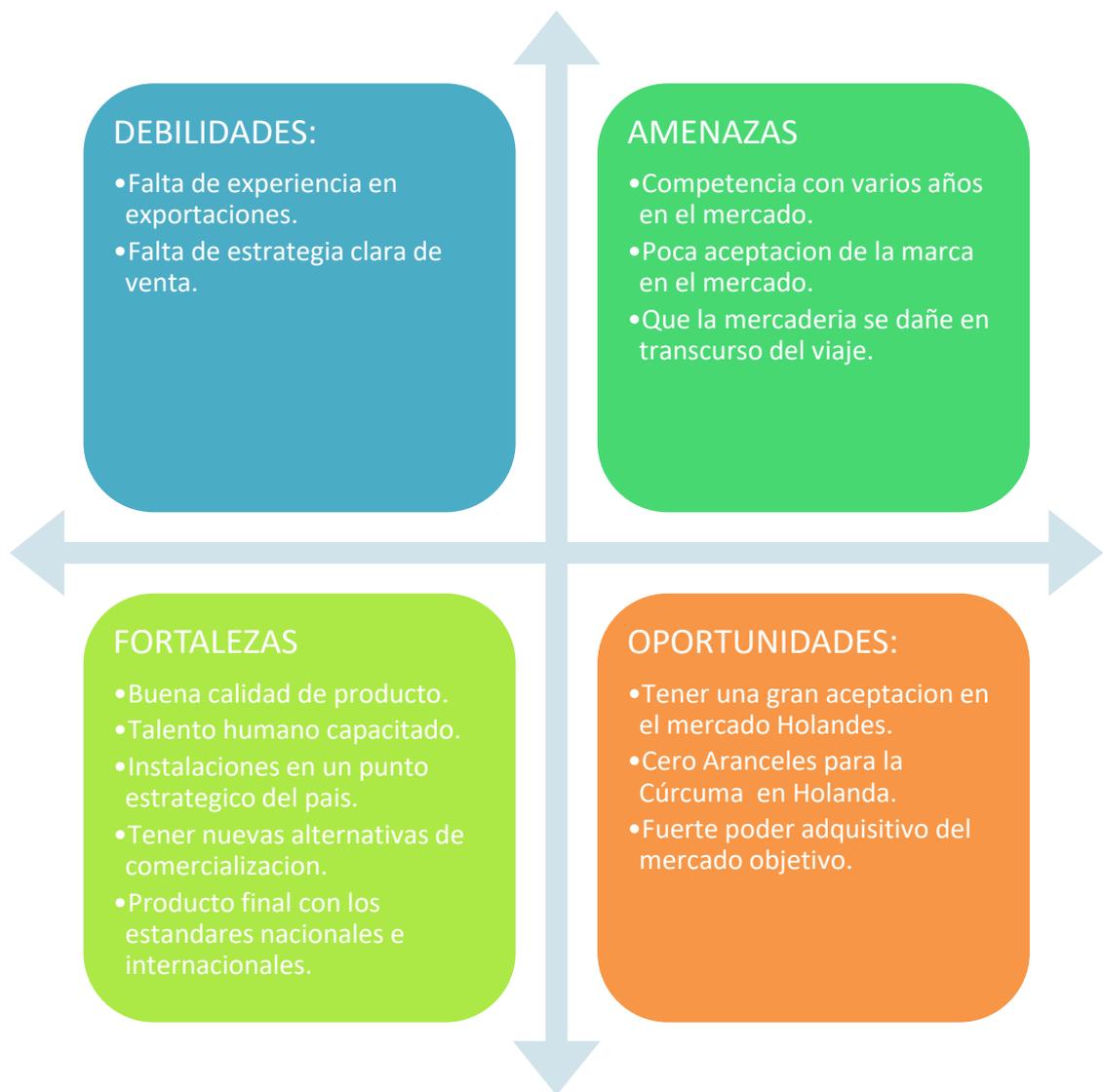
- **Factores ecológicos:**

El factor ecológico es parte esencial de este proyecto, esto se debe a que la comercialización de la cúrcuma en polvo que debe mantener estándares ecológicos, que ira de la mano con los lineamientos de la constitución de la republica que reconoce “El derecho a las personas a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado y libre de contaminación”, Los productos que se exportarán debe cumplir con estándares y certificados fitosanitarios para ingresar al país de destino, es por esta razón que el proceso de control y calidad del producto será riguroso, en este sentido no se aceptará productos que contengan pesticidas que afecten a la salud humana y que generen daños al medio ambiente, cabe mencionar que la unión Europea siempre considera y consume productos que sean orgánicos y naturales y estés cuidado que se tiene con el producto va ayudar a una mejor comercialización en el mercado Holandés.

- **Factores legales:**

como lo menciona (Santander TradePortal, 2019), para el comercio con Países Bajos se debe indicar con precisión las obligaciones del proveedor y los métodos de control de la calidad.

- Leyes aplicables No es necesario que preste demasiada atención a la legislación del contrato ni a los métodos de resolución de conflictos. De hecho, los Países Bajos es uno de los firmantes del Convenio de Viena sobre los Contratos Internacionales.
- Incoterms recomendados se debe de elegir FOB, CIF o más. Evitar el EXW si no desea tener que organizar el transporte dentro de los Países Bajos, ya que se trata de una operación bastante compleja.
- El idioma del contrato: neerlandés, inglés.
- Otras leyes nacionales utilizables en los contratos: La legislación y los tribunales de Estados Unidos, Inglaterra y Suiza se basan en principios justos y son comprensibles por estar redactados en inglés, por lo que es muy probable que su proveedor neerlandés las acepte.



3.3.- Análisis de la oferta y la demanda

3.3.1 Análisis de la oferta

Para poder tener un mejor panorama de la oferta del producto es necesario analizar los mercados a nivel mundial, a continuación, se muestra una tabla que contiene información sobre los principales países exportadores de la partida 210390 a través de TRADE MAP.

Tabla 27: Principales países exportadores de la partida 091030

(En miles de dólares americanos)

Exportadores	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018
India	112975	134339	179544	182528	236473
Vietnam	3144	2905	2421	4505	23403
Indonesia	4515	10499	11708	11313	12958
Myanmar	4957	8149	11032	13047	12101
Países Bajos	5073	4907	6493	8329	8370
Etiopía	2168	4049	4217	5731	5682
Alemania	2106	2472	3571	4485	5008
Reino Unido	3390	3568	5537	5368	4568
Bangladesh		108	2705	2831	3809
Perú	1497	1345	2732	5199	3142
Estados Unidos de América	1151	1478	1942	2033	2858

Fuente: Elaboración propia en base a (Trade Map, 2019)

En la tabla N° 27 muestra los principales países productores de Cúrcuma, comprendido entre los periodos de 2014 al 2018, se puede observar como primera opción de compra esta la India con un valor de US\$ 236,473.00 se puede observar a nivel oferta mundial son los mayores comercializadores de la partida 0910.30; lo cual son directamente los competidores, manteniéndose desde el 2014 los primeros exportadores, entre otros países tenemos a Vietnam, Indonesia, Myanmar.

Las exportaciones en dólares americanos realizados en el periodo del 2014-2018 aumentaron cada año en los demás países como es Alemania, Reino unido, Estados Unidos debido a la demanda que tiene la partida.

Holanda el país con mayores rendimientos a nivel mundial basa su estrategia de producción en la alta calidad y su oferta de producto fresco durante los meses invernales, además cuentan con tecnologías avanzadas de procesamiento, que les permite ser un mercado importador y reexportado dentro de la Unión Europea.

A continuación, se muestra la tabla de principales países exportadores de la partida 2103909000 a toneladas.

Tabla 28: Principales países exportadores de la partida 091030

(En toneladas)

Exportadores	2014	2015	2016	2017	2018
--------------	------	------	------	------	------

	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada	Unidad	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas
India	83186	88951	Toneladas	102164	108312	122151
Vietnam	2106	1973	Toneladas	1373	No hay cantidades	15968
Myanmar	3320	5536	Toneladas	11472	18579	14794
Indonesia	3808	8671	Toneladas	8309	7795	9541
Etiopía	3269	5241	Toneladas	4481	5851	5262
Países Bajos	2300	1725	Toneladas	2013	2605	2616
Emiratos Árabes Unidos	1472	1890	Toneladas	1654	1630	1845
Bangladesh		35	Toneladas	1163	1379	1544
Perú	692	553	Toneladas	1300	1824	1510
Alemania	609	713	Toneladas	945	1219	1157

Fuente: Elaboración propia en base a (Trade Map, 2019)

En relación con lo que se muestra en la tabla N° 28, podemos observar que para el caso de La India la cantidad de toneladas exportada ha ido en aumento en relación con años anteriores, lo mismo ha sucedido con países como Vietnam, Indonesia, Emiratos Árabes, Bangladesh por la gran demanda que ha tenido a la partida del producto. Países como Myanmar, Etiopía y Alemania por el contrario disminuyeron la cantidad exportada en los periodos de 2014 al 2018.

Tabla 29: Crecimiento de las exportaciones de la partida 091030 (Crecimiento en valor)

Exportadores	Crecimiento de las exportaciones en valor entre 2014-2015, %	Crecimiento de las exportaciones en valor entre 2015-2016, %	Crecimiento de las exportaciones en valor entre 2016-2017, %	Crecimiento de las exportaciones en valor entre 2017-2018, %	valor exportada en 2018, Dólar Americano miles
India	19	34	2	30	236473
Vietnam	-8	-17	86	N/D	23403
Indonesia	133	12	-3	15	12958
Myanmar	64	35	18	-7	12101
Países Bajos	-3	32	28	0	8370
Etiopía	87	4	36	N/D	5682
Alemania	17	44	26	12	5008
Reino Unido	5	55	-3	-15	4568
Bangladesh	N/D	N/D	N/D	N/D	3809
Perú	-10	103	90	-40	3142

Estados Unidos de América	28	31	5	41	2858
---------------------------	----	----	---	----	------

Fuente: Elaboración propia en base a (Trade Map, 2019)

Oferta nacional que Perú oferta al mundo

A continuación, se muestra las exportaciones peruanas de la partida 0910300000 hacia el mundo, destacando como principal y potencial comprador el país de Países Bajos predominando no solo en miles de dólares (véase tabla N°28) sino también en cantidad exportada en kilogramos (véase tabla N° 29)

Tabla 30: Total de exportaciones peruanas de la partida 0910300000 (Expresado en miles de dólares)

Importadores	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018
Países Bajos	415	371	1449	2329	1316
Canadá	66	103	303	590	334
Bélgica	40	93	119	159	278
España	195	116	105	164	242
Italia	0	7	53	66	157
Alemania	0	5	9	323	154
Chile	96	39	225	346	130
Argentina	285	162	164	155	117
Turquía	0	0	0	0	111
Brasil	0	0	2	159	76
Estados Unidos de América	12	26	24	633	69

Fuente: Elaboración propia en base a (Trade Map, 2019)

Entre los principales destinos de exportación de Perú al mundo, de la partida 0910300000, tal y como se visualiza en la tabla N° 28, destacan los países de Países Bajos, Canadá, Bélgica, España e Italia. Asimismo, las exportaciones hacia Bélgica, España e Italia del año 2016 al 2018 recuperaron el nivel que tenía en el año 2015, además se puede ver en Países Bajos, Canadá, Alemania, Chile no han tenido un crecimiento esperado, muy por el contrario, tuvo una variación de decrecimiento.

A continuación, se muestra la información de exportaciones peruanas de la partida 0910300000, en toneladas.

Tabla 31: Total de exportaciones peruanas de la partida 0910300000

(En toneladas)

Importadores	2014	2015	2016	2017	2018
	Cantidad exportada, Kilogramos				
Países Bajos	192770	118543	635110	757770	585946
Canadá	16715	35913	82139	146331	148349
Chile	44684	18438	167301	319120	144518
España	108882	52396	65394	80119	129451
Bélgica	8838	19500	25440	43720	122800
Italia		2484	27624	39313	77771
Colombia	55250	66350	97905	40800	72350
Argentina	137860	84945	90500	87699	57830
Alemania		2000	2758	83910	43639
Brasil			1275	63500	31325

Fuente: Elaboración propia en base a (Trade Map, 2019)

Tal como lo muestra la Tabla N°31, podemos identificar la gran cantidad en kilogramos que los países como Canadá, España, Bélgica, Italia, Argentina en el transcurso de los años han ido incrementando de manera significativa comprendidos entre los años 2016 al 2018, y respecto a los países como Países bajos, Chile, Colombia, Alemania, Brasil ha tenido variaciones de crecimiento y decrecimiento en la importación de Cúrcuma.

Tabla 32: Crecimiento de las exportaciones de la partida 0910300000

Importadores	Tasa de crecimiento en valor de exportaciones entre 2014-2015, %	Tasa de crecimiento en valor de exportaciones entre 2015-2016, %	Tasa de crecimiento en valor de exportaciones entre 2016-2017, %	Tasa de crecimiento en valor de exportaciones entre 2017-2018, %	Valor exportado en 2018, miles de Dólar Americano
Países Bajos	-11	291	58	-42	1316
Canadá	56	194	91	-42	334
Bélgica	133	28	34	75	278
España	-41	-9	56	48	242
Italia		657	25	138	157
Alemania		80	3311	-50	154
Chile	-59	477	54	-62	130
Argentina	-43	1	-5	-25	117
Turquía					111
Brasil			7850	-52	76
Estados Unidos de América	117	-8	2538	-89	69

Fuente: Elaboración propia en base a (Trade Map, 2019)

En la tabla N°32, se observa las tasas de crecimiento que la partida arancelaria 0910300000 ha tenido en los últimos cinco años. Dentro de los años 2017-2018 podemos observar que Chile no ha tenido porcentaje de tasa de crecimiento en valor de exportaciones, pero en el año 2016-2017 ha obtenido el 58% en tasa de crecimiento.

Es algo muy relativo debido a que el mercado es muy constante además cabe mencionar que para dentro los siguientes años la importación de la cúrcuma recuperara su venta en el mercado exterior.

Se debe de mencionar también, cuáles son las empresas peruanas dedicada a la comercialización de productos de la partida 0910300000, en la tabla que se presenta a continuación se brindará mayor detalle al respecto.

Tabla 33: Empresas peruanas que comercializan la partida 0910300000

Empresa	% Var 18-17	% Part. 18
<u>EUROFRESH PERU S.A.C</u>	213%	14%
<u>LA CAMPIÑA PERU S.A.C.</u>	6%	9%
<u>AGRONEGOCIOS LA GRAMA S.A.C.</u>	-38%	6%
<u>ORGANI-K S.A.C.</u>	-73%	5%
<u>PRAC AGRIBUSINESS TRADING S.A.C.</u>	51%	5%
<u>SADE TRADING SOCIEDAD ANONIMA CER...</u>	-44%	5%
<u>NATIVA ORGANICS S.A.C.</u>	-35%	5%
<u>BEO S.A.C.</u>	4%	4%
<u>TENMINSTE S.A.C.</u>	2%	4%
Otras Empresas (70)	--	37%

Fuente: SUNAT (Referente a la partida seleccionada)

Fuente: Elaboración propia en base a (SIICEX, 2019)

De acuerdo con la información extraída de la base de datos de (SIICEX, 2019), la tabla muestra las 09 empresas más importantes del mercado que exportan producto

de la partida 0910300000 desde el año 2017. La empresa EURO FRESH PERU S.A.C., es la empresa que lidera con 14% de participación en el mercado.

Tabla 34: Empresas peruanas que exportan la partida 0910300000 hacia Países Bajos

RAZON SOCIAL	Suma de US\$ FOB	Suma de Peso Neto (Kg.)	participación
EUROFRESH PERU S.A.C	334675.88	156080	24.52%
SADE TRADING SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	156263.46	75317.452	11.45%
NATIVA ORGANICS S.A.C.	109494.12	60661.254	8.02%
LA CAMPIÑA PERU S.A.C.	105700.14	52190	7.74%
DOÑA DOROTEA S.A.	91360	44240.8	6.69%
AGRONEGOCIOS LA GRAMA S.A.C.	66256.4	19298	4.85%
PRAC AGRIBUSINESS PERUVIAN S.A.C.	65249.84	4325.496	4.78%
INTERLOOM S.A.C.	62830.68	25292.8	4.60%
SULOG PERU S.A.C.	60973.94	20577.7	4.47%
KION EXPORT S.A.C.	56690.92	23024.364	4.15%
ORGANI-K S.A.C.	45083.91	16680	3.30%
BEO S.A.C.	43699.2	19603.2	3.20%
AMAZONAS PRODUCE S.A.C.	34383.8	19217.638	2.52%
TUMI FRESH E.I.R.L.	31824	19872	2.33%
SOBIFRUTS S.A.C.	19980	10771.2	1.46%
RAINFOREST ORGANIC PERU S.A.C.	16056	6854.4	1.18%
EXPERT TRADERS S.A.C.	14884.08	10205.287	1.09%
INKA FRESH S.A.C.	13824	6854.4	1.01%
VALLE INKA PERU S.A.C.	10800	4560	0.79%
PRAC AGRIBUSINESS TRADING S.A.C.	9425.34	1958.4	0.69%
AGROEXPORTADORA SOL DE OLMOS S.A.C.	6462.97	3916.8	0.47%
ALIBABA PERU E.I.R.L.	5796	7686.8	0.42%
JCH AGROEXPORTACIONES S.A.C.	3147.57	1958.4	0.23%
Total, general	1364862.25	611146.391	100.00%

Fuente: Elaboración propia en base a (Adex Data Trade, 2019)

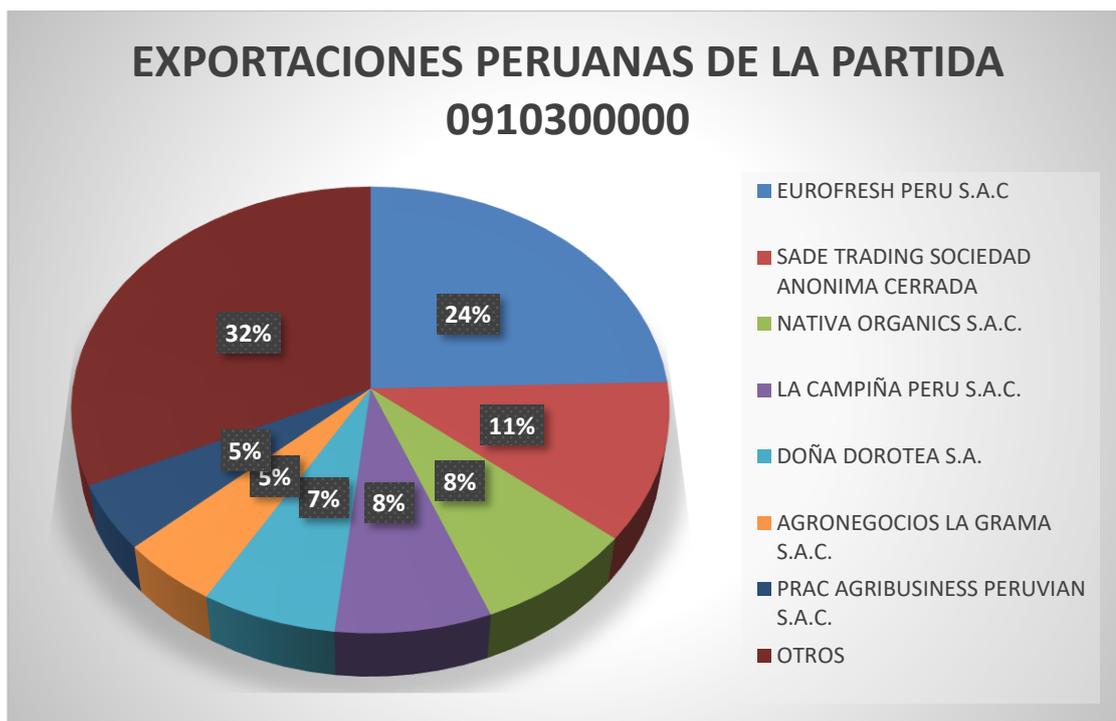


Ilustración 15. Participación de mercados por empresa

Fuente: Elaboración propia en base a (Adex Data Trade, 2019)

Las principales empresas exportadoras al país de Chile con mayor participación en el mercado para la partida arancelaria 0910300000 son: EUROFRESH PERÚ S.A.C con 24%, seguido de SADE TRADING S S.A.C con 11%, NATIVA ORGANICS S.A.C 8%, LA CAMPIÑA PERÚ S.A.C. con 8%.

3.3.2 Análisis de la demanda

Para el análisis de demanda, se tiene como base de estudio la demanda histórica para desarrollar la proyección de la demanda para un horizonte de 5 años hasta el 2024. Para saber la demanda histórica se extrajo información de TRADE MAP.

- Importaciones mundiales

El producto se encuentra dentro de la partida 0910300000, es por ello por lo que a través de la fuente de TRADE MAP se visualiza al detalle el valor importado durante los últimos 5 años en la tabla N° 33 así como la cantidad importada en toneladas en la tabla N° 34.

A continuación, la Tabla N° 33, mostrará la información de países importadores de la partida 091030 en miles de dólares.

Tabla 35: Principales países importadores de la partida 091030
(Expresado en dólares)

Importadores	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018
India	12571	20432	25958	27467	44417
Estados Unidos de América	19308	23638	30881	35073	37964
Irán, República Islámica del	14491	18194	18737	21669	23994
Reino Unido	7464	7802	9971	11507	14357
Marruecos	3242	3617	5400	6274	12894
Alemania	5957	6851	8851	11548	12212
Malasia	8626	9990	10851	10775	11694
Japón	10776	10157	8775	9290	9383
Emiratos Árabes Unidos	5905	7229	8575	8458	8868
Sri Lanka	4646	6929	7132	6864	7672
Países Bajos	4158	5602	7594	8522	7539

Fuente: Elaboración propia en base a (Trade Map, 2019)

Como se puede observar la tabla anterior, en los últimos 5 años La India es el país que lidera las importaciones con una demanda creciente cada año respectivamente con un valor importado en miles de dólares supera los 44,417 dólares americanos. También se puede observar que el país de Países bajos tiene un considerable crecimiento entre el año 2014 al 2017.

Por otro lado, para tener mayor claridad y alcance de las importaciones y sus incrementos, a continuación, se muestra las importaciones en cantidad (toneladas).

Tabla 36: Principales países importadores de la partida 091030
(En toneladas)

Importadores	2014	2015		2016	2017	2018
	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada	Unidad	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas
India	8907	13837	Toneladas	15483	16019	31393
República Islámica de Irán,	12232	13665	Toneladas	13532	17515	19634
Marruecos	2691	2630	Toneladas	3606	4936	9723
Estados Unidos de América	5428	6337	Toneladas	7992	9372	9653
Malasia	6726	7052	Toneladas	7077	7322	7962
Reino Unido	3878	4004	Toneladas	4409	4753	7315
Emiratos Árabes Unidos	7252	7444	Toneladas	7980	8252	7076

Sri Lanka	4168	4909	Toneladas	3649	4958	6055
Arabia Saudita	3791	3600	Toneladas	5303	4961	5088
Alemania	2645	2891	Toneladas	3531	4333	4530

Fuente: Elaboración propia en base a (Trade Map, 2019)

En la tabla N°34, se observa que las importaciones en toneladas de la partida 091030 fueron lideradas por La India para el periodo 2014 - 2018, seguido por República Islámica de Irán, Marruecos y Estados Unidos de América, Malasia y Reino Unidos. Para estos países mencionados las importaciones en toneladas han ido aumentando. Sin embargo, Emiratos Árabes Unidos disminuyó la cantidad de las importaciones para los años 2017 y 2018. Para Sri Lanka, Arabia Saudita, Alemania las importaciones aumentaron cada año, cerrando el año 2018 con 6,055 ton, 5,088 ton y de 4,530 toneladas respectivamente para cada país.

Proyección de la demanda

Tabla 37: Demanda de Rotterdam del 2014 - 2018 de la partida 0910300000

(En kilos)

Años	2014	2015	2016	2017	2018
kilogramos	186,475.85	190,171.73	578,710.40	735,339.35	772,817.57
Total	186,475.85	190,171.73	578,710.40	735,339.35	772,817.57

Fuente: Elaboración propia en base a (Veritrade, 2019)

Tabla 38: Métodos de mínimos cuadrados

X	X	Y	XY	X^2
2014	1	186,476	186,476	1
2015	2	190,172	380,343	4
2016	3	578,710	1,736,131	9
2017	4	735,339	2,941,357	16
2018	5	772,818	3,864,088	25
Total	15	2,463,515	9,108,396	55

Fuente: Elaboración propia

Fórmula de regresión lineal:

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

B =	171,785.107
A =	- 22,652.341

Fórmula para proyectar linealmente:

$$Y = a + bx$$

Y = 5344286.63 + 491322.812 * x **x = años que se quiere proyectar**

<u>Y = a + bx</u>
$Y = 22,652.341 + 171,785.107 * x$

Tabla 39: Demanda proyectada del mercado
(En kilogramos)

2020	2021	2022	2023	2024
1,179,843	1,351,629	1,523,414	1,695,199	1,866,984
Crecimiento del Mercado	14.56%	12.71%	11.28%	10.13%

Fuente: Elaboración propia

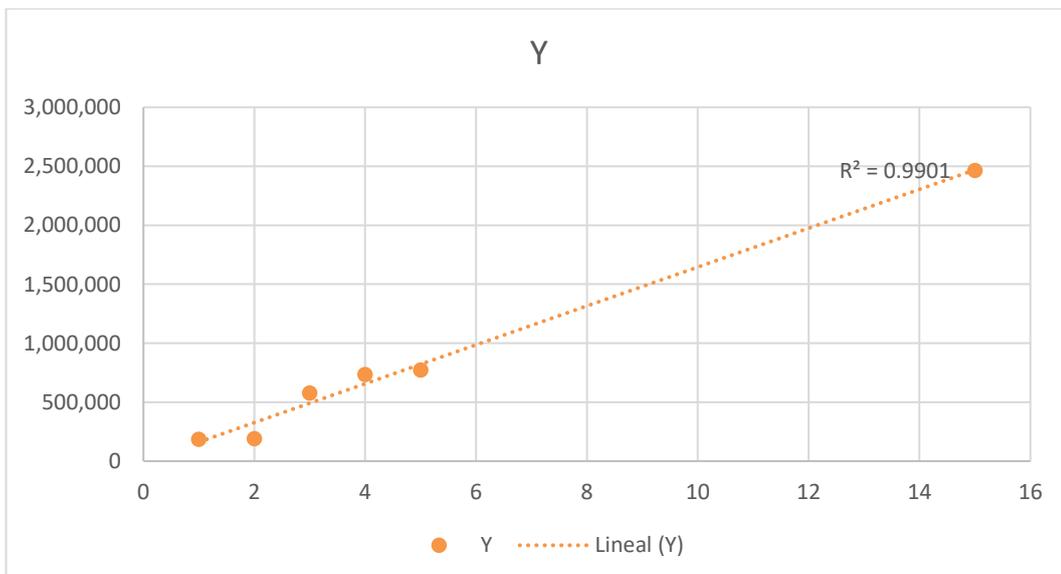


Figura 16: Coeficiente de correlación

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la figura N° 16, $R^2 = 0.9901$, el monto es mayor a 0.9901 por consiguiente se acepta dicha regresión.

Tabla 40: Proyección de las exportaciones de la empresa
(En kilogramos)

Años	2020	2021	2022	2023	2024
Cantidades proyectadas kg	15,552	16,019	16,819	17,829	19,077
cantidades en cajas	3,456	3,560	3,738	3,962	4,239
cantidades en unidades	62,208	64,074	66,637	69,969	74,167
Tasa de crecimiento		3.00%	4.00%	5.00%	6.00%

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar en la tabla N° 40, que para el primer año la empresa va a exportar 15,552 kilogramos que es equivalente a 3,456 cajas, el cual representa una cuota de mercado del 0.36% del total de importaciones que Holanda realiza y la tendencia de crecimiento anual aprovechando la alta demanda que existe en el mercado será de 3%, 4%, 5% y 6%.

3.4. Estrategias de Ventas y Distribución

NaturCur BIO S.A.C. aplicará una estrategia genérica de segmentación ya que se elegirá un segmento de mercado o un grupo de compradores en particular para elaborar productos que respondan específicamente a sus necesidades, totalmente naturales y que mejoren su calidad de vida y cuiden la salud, teniendo grandes beneficios al organismo.

El producto está dirigido a hombres y mujeres entre 25 – 44 años, ya que tienen un alto poder adquisitivo, están interesados en sabores exóticos y naturales, y se están influenciando en el aumento del consumo de productos que beneficie a la salud. Cabe mencionar que este tipo de consumidores se preocupan por su salud, por productos libres de ingredientes artificiales y por la preservación del medio ambiente, además no

olvidemos que la Unión Europea siempre tiene la tendencia a consumir productos naturales y orgánicos.

3.4.1 Estrategias de segmentación

La empresa utilizara una estrategia de segmentación concentrada ya que todos los esfuerzos serán dirigidos a un solo segmento en este caso Rotterdam, la segmentación para el producto es de hombres y mujeres entre 25 y 44 años de clase media de las familias holandesas.

- **Geográficamente:** El producto Cúrcuma en polvo estará dirigido a los consumidores en Rotterdam, Holanda.
- **Demográficamente:** Personas de ambos géneros comprendidas entre las edades de 25 a 44.
- **Psicográficamente:** El producto la cúrcuma en polvo se comercializará a personas de clase media, con poder adquisitivo.
- **Conductualmente:** El consumidor holandés busca nuevos productos, con sabores exóticos y orgánicos, naturales y con valor nutricional para el cuidado y protección de la salud. Consumidores en supermercados, tiendas de alimentos para cocinar, tiendas naturales, entre otros.

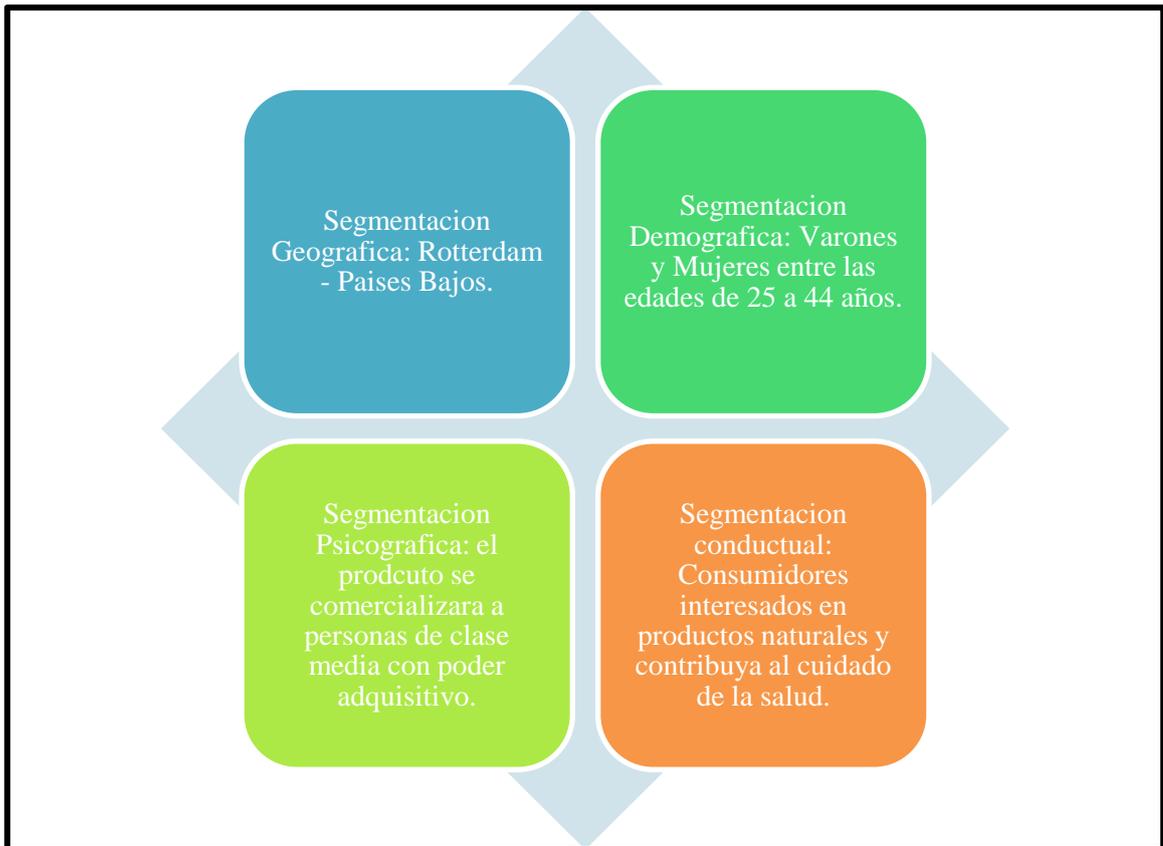


Ilustración 17. Estrategia de segmentación de Porter.

Fuente: Elaboración Propia en base a las Estrategias genéricas de Porter.

3.4.2 Estrategias de posicionamiento

Debido que es un producto ya existente es necesario que la empresa defina políticas y estrategias donde los precios serán acorde al mercado y donde el producto presentará una adecuada calidad y posicionarlo para no perder participación de mercado y posicionarse en la mente del consumidor.

En los últimos años las personas de todos los continentes en especial las de Europa consumen productos naturales o que de alguna manera éstos contribuyan al cuidado de la salud y protección de esta, la finalidad está en sentirse bien y verse bien, con el consumo de productos bajo en grasas, calorías, etc. El producto que es la Cúrcuma es más reconocido no sólo en Holanda, sino a nivel mundial. Esta tendencia es gracias a la publicidad que le han dado algunos especialistas de la salud que es un preventivo del cáncer, un buen antidepresivo que ayuda a cuidar el sistema digestivo y un

excelente antiinflamatorio, siendo un producto multiusos, lo cual ha favorecido en el crecimiento y su consumo.

Así como hay una demanda dinámica, también hay una oferta creciente para satisfacer esta demanda, por lo que la empresa NaturCur Bio S.A.C. tendrá que definir estrategias de posicionamiento con el objetivo de conseguir mayor participación del mercado y posicionamiento en la mente del consumidor. A continuación, se definen variables claves para el posicionamiento del producto:

- Estrategia del mismo beneficio al mismo precio ya que es un producto existente en un mercado existente, por lo que se va a utilizar la estrategia de penetración de mercado, que significa entrar con precios bajos para una mejor aceptación.
- Estrategia basada en las características del producto, el cual se trata de la cúrcuma en polvo elaborada a base de la misma raíz de la planta, un producto sin conservantes y elaborado de la forma más natural y original con un exquisito aroma.
- Estrategia basada en los beneficios que aporta el insumo principal y único de la Cúrcuma en polvo, la raíz contiene un alto valor nutricional, rica en vitaminas A, B6, B12, C, K, Zinc, minerales como el Fosforo, Hierro, Potasio, y demás., tiene un sabor dulce, ligeramente picante y con grandes propiedades que contribuyen al cuidado de la salud ya que es diurético, antioxidante, con altos nutrientes en hierro.
- Estrategia basada en las certificaciones como es en el caso del mercado de la Unión europea que los productos tengan una certificación orgánica que constate que el producto a consumir no tenga ningún preservante y que es saludable y beneficie a la salud.

Las estrategias de posicionamiento de NaturCur Bio S.A.C. busca que el cliente tenga una percepción clara de las características o atributos del producto en su mente, para lograr mayor participación en el mercado y posicionamiento.

BENEFICIOS	PRECIO			
		Más	Lo Mismo	Menos
	Más	Más por más	Más por lo mismo	Más por menos
	Lo Mismo			Lo mismo por menos
Menos			Menos por mucho menos	

Figura 18: Posibles propuestas de valor

Fuente: Elaboración propia en base a “Fundamentos del marketing Kotler”

Cabe mencionar que esta estrategia de posicionamiento será importante al inicio de las actividades, ya que las ventas serán dirigidas a distribuidores que manejan diferentes marcas y de alguna manera se buscará tener la mejor propuesta.

NaturCur Bio S.A.C. dará a conocer y ofrecerá el producto a través de una página web, las redes sociales de la empresa y además contará con un WhatsApp corporativo para cualquier duda o consulta que pueda tener el cliente para ofrecerle un mejor servicio de postventa. También se realizarán las coordinaciones para que, en el etiquetado de los productos, se mencione ser de procedencia peruana “La Marca PERÚ”.

Es importante indicar que en los últimos años los productos alimenticios peruanos vienen siendo reconocidos internacionalmente, esto es gracias a los esfuerzos realizados por parte de las autoridades competentes quienes se han dedicado a la promoción de estos. La demanda de productos especializados viene creciendo por la migración de peruanos al extranjero, que ha aumentado; la búsqueda de nuevos sabores y aromas del producto, el valor nutricional y la calidad.

3.4.3 Estrategias de ingreso al mercado

Se tomarán en cuenta los siguientes puntos para ingresar al mercado holandés, desde la ciudad que consume mayor cantidad del producto de la cúrcuma:

- Consumidor presenta interés por probar productos nuevos, que ayuden a la salud del consumidor y su cuidado.
- Es exigente en cuanto a estándares de calidad, ya que no tiene problemas en pagar por un producto de calidad.
- La presentación del producto es un factor importante al momento en seleccionar un producto que contenga lo más importante que sea natural y beneficioso a la salud.
- La elección de sus productos es rápida.
- Llaman su atención los productos frescos y que ayuden a la salud del consumidor.
- Consumen productos que no hayan dañado el medio ambiente en el proceso de producción.
- Hay un control con respecto al uso de químicos en los alimentos, así como también de pesticidas.
- Presenta un nivel de fidelización cambiante.

Lo que se busca es la Penetración de mercados ingresar con precios bajos debido a que ya el producto ya existe en el mercado.

Tabla 41: Cuadro comparativo de precios

Empresa	EUROFRESH PERU S.A.C	SADE TRADING S.A.C	NaturCur Bio S.A.C
Precio nacional	S/15.00 / KL	S/17.00 / KL	S/. 7.84
Precio internacional	US\$ 5.00 / 250 GR	US\$ 5.50 / 250 GR	US\$ 2.35 / 250 GR

Fuente: Elaboración propia

3.4.4 Estrategias de distribución

3.4.4.1 Ventas

Las ventas de la empresa NaturCur Bio S.A.C, se regirá bajo la política comercial, diseñada por la Gerencia general en coordinación con el departamento comercial y de marketing, de las cuales resaltarán las siguientes:

- Capacitación de clientes potenciales, ofreciendo un producto de calidad, que sobrepase las expectativas, destacando el mayor grado de contribución del producto en la salud y la responsabilidad social de la empresa con cada uno de los stakeholders.
- Atraer nuevos clientes, nuevos mercados; dando más información de las propiedades y funciones del producto ofrecido al mercado.
- Garantizar, la calidad del producto, controlando desde la adquisición de la materia prima La Cúrcuma, pasando el proceso de producción maquila, hasta la obtención de la Cúrcuma en Polvo, en los cuales DIGESA (entidad del sector competente) supervisará y otorgará las certificaciones correspondientes de salubridad.
- Atención eficaz a nuestros clientes, a través de la confirmación y atención de órdenes de compra, respuestas a las solicitudes y cotizaciones, disponibilidad de stock y asesorías en cuanto al producto y envío de muestras gratis.
- Personal capacitado en el conocimiento del mercado.
- Selección de proveedores adecuados de materia prima, maquila, consolidando la relación comercial mediante contratos que permitan a la empresa garantizar y hacer frente a cualquier eventualidad que pueda presentarse.
- Contar con un registro donde los pedidos sean atendidos en el orden que hayan sido enviado, se trabajará con la modalidad Incoterms 2010 FOB Callao.
- Encontrar agentes comerciales internacionales para que sirvan de intermediario entre NaturCur Bio SAC. y el comprador final. Cuya comisión de cerrarse el contrato con el comprador final será de 1% del valor facturado. Para la búsqueda de estos brókeres comerciales nos apoyaremos de la base de datos de PROMPERU y Cámara de Comercio de Lima.

- Se mantendrá la confidencialidad de las operaciones, a fin de garantizar la seguridad, privacidad e integridad de información proporcionada por los clientes de la empresa.

3.4.4.2 Distribución

La distribución para el ingreso al mercado de holandés se da a través de una:

- Distribución indirecta, mediante un intermediario como distribuidor, quien asignará cúrcuma en polvo a diferentes tiendas, mini Marquet y mayoristas logrando una accesibilidad del producto con el consumidor final y pueda adquirirlo de manera fácil y rápido. Se cuenta con este canal, ya que es el que tiene mayor porcentaje de utilización cuando recién se inician las actividades de la empresa.

La estrategia de distribución comercial se desarrolla, principalmente, con dos actores: el productor/exportador (NaturCur Bio S.A.C.) y varios contactos de importantes distribuidores como son:

- Van Tol <http://www.vantolversu.nie.com> Van Tol Retail es el mayorista de servicios para más de 700 supermercados, tiendas de barrio, tiendas móviles y mercados recreativos.
- Makro <https://www.makro.nl> Mayorista con productos alimenticios, no-alimentos, gastronomía, y para la oficina.
- VHC www.vhc.nl Mayorista para proveedores de servicios alimenticios, restaurantes de empresa e instituciones, con productos como alimentos, no-alimentos, conceptos y fórmulas de franquicia.
- Bidfood <https://www.bidfood.nl> Mayorista, venta por mayor en línea para profesionales de la alimentación (antes DeliXL).
- Hanos <https://www.hanos.nl> Mayorista y proveedor total del mercado hotelero y comercial.

- De Kweker <https://dekweker.nl> Mayorista y proveedor de alimentos para minoristas y profesionales de la restauración de alimentos en el área de Amsterdam y provincia Noord-Holland.
- SuperfoodsAndMore <https://samwholesale.com> (SAM Wholesale) Distribuidor de superalimento y productos relacionados.

Para llevar a cabo la estrategia de distribución, la cual consiste en vender un producto a precio FOB Callao para luego ser distribuido en las tiendas del distribuidor y otras tiendas como supermercados, mini Marquet, entre otros.

A continuación, se mencionan las ventajas de vender a través de un distribuidor:

- Permite ser más competente, ya que permite enfocarnos en mejorar los costos de fabricación, logísticos, alianzas estratégicas, entre otros.
- Amplia las ventas a minoristas, vender al por menor resulta muy costoso para los fabricantes, ya que conseguir puntos de ventas es difícil, pero cuando un fabricante utiliza distribuidores, se convierte en responsabilidad de los distribuidores el encontrar los puntos de venta de los productos.
- Mayor posibilidad para vender en grandes cantidades el producto, garantizando en el mercado destino entregas rápidas de los clientes finales debido que el distribuidor tiene una red comercial establecida.
- Evitas gastos de publicidad y mantenimiento de los puntos de ventas de los productos, ya que proceso de la comercialización (encontrar y vender clientes) al por menor puede ser caro.
- Puedes recuperar el capital invertido en un corto tiempo, debido a que el distribuidor ha invertido su propio dinero en la compra de los productos, por tanto, éste se siente más animado a vender los productos para recuperar el capital invertido.
- La venta se realiza en grandes cantidades, esto hace que se reduzcan los costos administrativos internos, gastos logísticos y producción logrando mayores economías de escala.

- No necesitas invertir en un departamento de servicio al cliente. - Debidos a la experiencia y conocimiento del distribuidor, los productos alcanzarán de manera eficiente y rápida el desarrollo que necesitan para expandirse a nuevos mercados objetivos.
- La siguiente figura muestra la estrategia de la distribución comercial y sus actores:

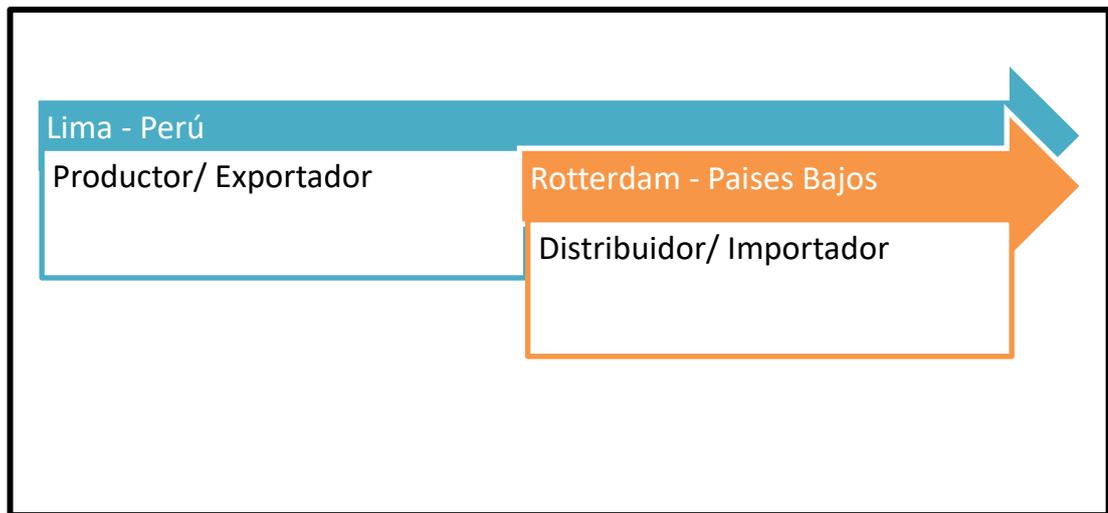


Ilustración 19. Canales de distribución internacional.

Fuente: Elaboración propia

3.5.- Estrategias de Promoción

En NaturCur Bio S.A.C., el objetivo de la estrategia de la promoción es aumentar las ventas de los productos, captar clientes potenciales, identificación de la marca, buena percepción de los clientes con el producto, mejorar la identificación de la marca.

La estrategia de promoción comprende actividades de promoción de ventas las cuales incluye: campañas publicitarias, presentaciones del producto, ferias y campañas de libre de muestras.

Se dará a conocer el producto como natural y saludable por lo que se resaltarán las cualidades y beneficios que traen consigo su consumo, participando en diferentes ferias realizadas por PROMPERU u otras entidades.

- **Asistencia a ferias**

Beneficios de trabajar en una feria

- ✓ Las ferias internacionales son consideradas un medio de comunicación importante. Tienen una vertiente sobre publicidad y estrategias de venta. Mediante la exposición del producto, se logra un medio de presentación privilegiado para posibles ventas. Es aquí donde se concentran la mejor fuente de información del sector de manera presencial por lo que se puede intercambiar opiniones, tendencias, etc.
- ✓ Las ferias internacionales deben ser utilizadas de manera óptima y rentable con el mayor objetivo de darse a conocer frente a clientes potenciales.
- ✓ NaturCur Bio S.A.C. buscará información acerca de ferias de alimentos, la antigüedad con las que se vienen desarrollando, su reconocimiento en el sector, la periodicidad y sobre todo la capacidad de convocatoria que tiene, ya que ahí se demandarán y ofertarán productos.
- ✓ Es importante señalar, que, a través de las ferias, se logra un trato directo con potenciales clientes, estrechando vínculos personalizados con agentes, distribuidores, mayoristas, etc.
- ✓ Hacerse más conocidos, ya que asisten empresarios de diferentes estados, países, etc. y por medio de esta participación en los mercados pueden saber la existencia del producto.
- ✓ Concentración de oportunidades, ya que permite contactarnos con varios compradores o proveedores en un periodo breve de tiempo y en un solo lugar, permitiendo aumentar los ingresos.
- ✓ Permite crear vínculos comerciales con otras empresas que participen en la misma feria, las cuales podrán convertirse en posibles proveedores o compradores.
- ✓ Ayuda a conocer cuál es la posición dentro del mercado, ya que se podrá comparar con la competencia en condiciones similares.
- ✓ Se puede conocer a un máximo de clientes en un mínimo de tiempo.

- ✓ Permite estar a la vanguardia a las nuevas tendencias del mercado, innovaciones de producto, avances tecnológicos o económicos de la industria y preferencias de consumidores.
- ✓ Cartera de nuevos clientes y clientes potenciales.
- ✓ Tener cerca a la competencia y observarla, ya que cada empresa presenta lo mejor de sí y esto permitirá investigar sus fortalezas y debilidades de nuestra empresa y poder desarrollar nuevos productos diferenciadores.

Tabla 42: Ferias internacionales en Holanda

FERIA		
	De Nationale GezondheidsBeurs 2020	Taste of Amsterdam 2019
SECTORES	Alimentación, deportes Medicina Salud Cuidado de la salud Fitness	Restaurantes, Alimentos naturales, Alimentación
PERIODICIDAD	Anual	Anual
ALCANCE	Nacional	Nacional
RECINTO	Ámsterdam	Amstelpark - Ámsterdam (Holanda)
FECHA	Del jueves 6 al domingo 9 febrero 2020	Del 31 mayo al 2 junio 2019

Fuente: Elaboración propia en base a (N'Ferias, 2019)

- **Rueda de Negocios**

La empresa NaturCur Bio S.A.C. dentro del ámbito internacional, utilizará como única herramienta de promoción la participación en ruedas de negocios internacionales organizadas por PROMPERU, en donde Holanda se encuentre en calidad de importador, estos eventos son los siguientes:

Tabla 43: Lista de rueda de negocios internacionales

Nombre del evento	Fecha y lugar de realización	Tipo de evento
Centro Exporta 2019	Perú, 20 junio 2018 en Ayacucho	Multisectorial
Feria Expo alimentaria	Perú – 25 al 27 de setiembre 2019	Multisectorial

Fuente: Elaboración propia en base a PROMPERU

- **Agregados comerciales**

El país cuenta con una red de oficinas comerciales en el exterior, las cuales son conocidas como oficinas comerciales del Perú en el exterior (OCEX); las cuáles están bajo el control y responsabilidad del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). Las OCEX tienen como objetivos:

- ✓ Promocionar la oferta exportable, turística y artesanal peruana.
- ✓ Iniciar y fortalecer mercados, en especial de productos no tradicionales y servicios.
- ✓ Suministrar información para el sector exportador y sirve de nexo para consumidores potenciales e inversiones extranjeras.
- ✓ Atraer oportunidades que existan, colaborando con las organizaciones de la oferta exportable, turística y artesanal.
- ✓ Determinar fuentes de inversión y de tecnología adecuadas al desarrollo económico nacional.

Según la revisión realizada en la página web del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo para la búsqueda de agregados y oficinas comerciales del Perú en el exterior (OCEX), podemos concluir que la región de Rotterdam cuenta con un agregado comercial:

OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN RÓTERDAM



GARCIA GONZALEZ, ERICK
EGARCIAG@MINCETUR.GOB.PE

Teléfono: +31 10 26 17 026

Anexo: 2338

Dirección: [COOLSINGEL 104 \(4 PISO\), 3011 AG ROTTERDAM](#)

Diferencia Horaria:
Lima-Peru,PET,UTC -05HRS, Rotterdam - Netherlands,CEST,
UTC +02HRS



[Ampliar el mapa](#)

Datos del mapa ©2019 Condiciones del servicio

[Informe de actividades ROTTERDAM](#)

[Boletines ROTTERDAM](#)

Figura 20: Datos agregados comerciales OCEX Netherlands
Fuente: OCEX Netherlands - MINCETUR

- **Envío de muestras**

Este será para los potenciales compradores, con la finalidad de dar a conocer el sabor color y olor del producto.

- **Visitas comerciales**

Se visitará a los importadores/distribuidores del producto, con la intención de afianzar la relación del negocio y discutir temas de comercialización. Se aprovechará en realizar estas visitas durante la estadía de participación en ferias y ruedas de negocio.

- **Marketing digital**

Actualmente tenemos un mundo influenciado por la globalización, por lo que el uso del e-commerce ofrece una ventaja diferencial para la microempresa, como es el caso de NaturCur Bio S.A.C. Este medio virtual, brinda al cliente las facilidades de información para que conozca más acerca del producto y se familiarice con este.

Beneficios de trabajar con:

✓ **Página web**

A través de la plataforma virtual se podrá informar, colocar ofertas y desarrollará las ventas de la Cúrcuma en polvo. Los interesados o posibles compradores podrán visualizar información importante del producto accediendo a la página web www.naturcurbio.com.pe, por medio de este enlace los clientes accederán información de la empresa (misión, visión, valores, objetivos y metas) y el producto (características, beneficios, formas de uso, fotos, etc.).

✓ **LinkedIn Empresarial**

Colocar beneficios de trabajar con LinkedIn empresarial NaturCur Bio S.A.C. abrirá un perfil empresarial con el fin de dar a conocer los detalles más importantes de la empresa, del producto y brindar información interesante a los posibles clientes. LinkedIn se ha convertido en una de las redes sociales más importantes ya que crea oportunidades económicas en el mundo profesional. Es importante asegurar el profesionalismo y tener en cuenta quiénes formarán parte de la lista de clientes. Se invitará a dar “clic” en el producto y se podrán crear y administrar grupos que generen credibilidad. Los clientes pueden recomendar la empresa también, informando sobre las habilidades y experiencias que vivieron.

✓ **Marketplace**

Usar uno o varios Marketplace ayuda a la empresa a relacionarse con compradores ya que puede ser un buen canal de distribución y garantiza el pago al vendedor y asegura la entrega al comprador. La empresa asimismo empleará la herramienta de Google AdWords es una herramienta que te permite posicionarte entre los primeros al momento de realizar una búsqueda, y permite a los clientes visualizar los anuncios mientras visitan el sitio web.

✓ **Google AdWords**

Es un servicio y un programa de la empresa Google que se utiliza para ofrecer publicidad patrocinada a potenciales anunciantes. Los anuncios patrocinados de AdWords aparecen en: Simultáneamente a los resultados de búsquedas naturales.

Según el modelo de Ansoff, se obtendrá una cuota de mercado, ubicándose en uno de los cuadrantes de la matriz:

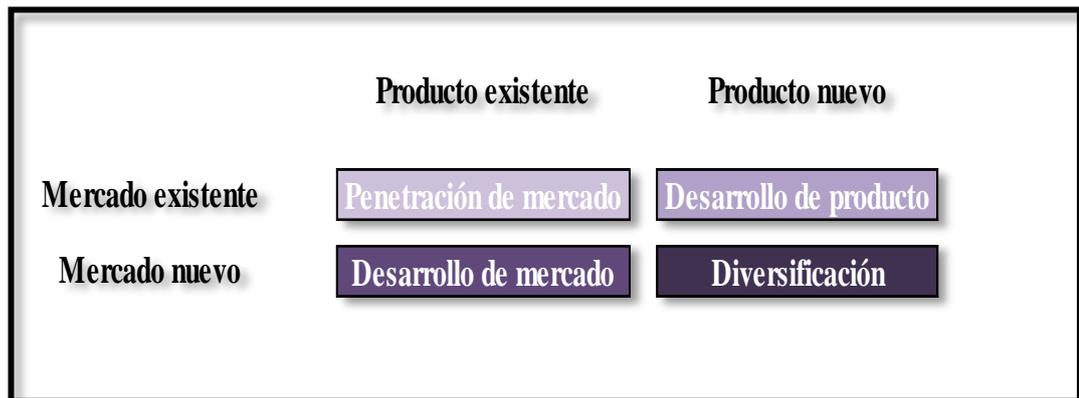


Figura 21: Matriz Ansoff

Fuente: Elaboración propia en base a matriz Ansoff

En el caso de NaturCur Bio S.A.C., se ubicará en el cuadrante II

- Producto existente: cúrcuma
- Mercado existente: Holanda
- Estrategia penetración de mercado

3.6.- Tamaño de planta, Factores condicionantes.

La empresa NaturCur Bio S.A.C. tendrá la siguiente distribución de la planta o almacenamiento



Ilustración 22 plano de ubicación de la empresa NaturCur Bio S.A.C

Fuente: Elaboración Propia

AMBIENTES	
1	Recepción 15m2
2	Servicios higiénicos varones 5m2
3	Servicios higiénicos mujeres 5m2
4	Gerencia general 15 m2
5	Área de marketing y comercial 10m2
6	Área logística y operaciones 10m2
7	Almacén 20m2
8	Sala de reuniones 15m2
9	Cocina 5m2
10	Estacionamiento 10m2

TAMAÑO DE LA PLANTA: Tamaño de la planta es 110 m², sus oficinas son de 20m², un total de 5 oficinas para sus diferentes departamentos los cuales están adecuados para brindar servicio de informes de pedidos para las exportaciones de la cúrcuma. El área donde se verificara juntamente con el personal de control de calidad los procesos de selección, unitarización, palatización, embalaje, y finalmente la carga al contenedor será en nuestro proveedor de maquila para un mejor desenvolvimiento de la carga.

4.- PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

4.1. Envases, empaques y embalajes

4.1.1 Envase del producto

Según (European Commission - Trade Helpdesk, 2019), los envases y embalajes comercializados en la Unión Europea dentro del cual se encuentra Holanda, deben contener ciertos requerimientos para la protección del medio ambiente y de la salud de los consumidores finales y garantizar que los consumidores obtengan la información esencial, de los cuales nos muestra una serie de pautas sobre el etiquetado y embalaje de estos productos y que nuestra empresa NaturCur Bio S.A.C. no puede ser ajena a ello y se considera un aspecto muy importante para su ingreso y comercialización de la Cúrcuma en polvo en el mercado de Rotterdam en Holanda.

El etiquetado debe ir de la siguiente manera:

- Información nutricional obligatoria sobre alimentos procesados.
- Etiquetado de origen obligatorio de carne sin procesar de cerdos, ovejas, cabras y aves de corral.
- Destacando alérgenos en la lista de ingredientes.
- Mejor legibilidad, es decir, tamaño mínimo de texto.
- Los requisitos de información sobre alérgenos también cubren los alimentos no preenvasados, incluidos los que se venden en restaurantes y cafeterías.

A partir del 13 de diciembre del 2016 según el reglamento de la Unión Europea, una declaración nutricional se incluirá en la etiqueta lo siguiente contenido:

- Valor energético
- Las cantidades de grasas, saturados, carbohidratos, azúcares, proteínas y sal.

Y esta puede ir complementándose con información adicional sobre las cantidades de monoinsaturados, poliinsaturados, polioles, almidón o fibra.

El envase utilizado para el nuestro producto de la cúrcuma en polvo será en formato de frasco de vidrio de las siguientes dimensiones:

Tabla 44. Dimensiones del frasco

Descripción	Imagen Referencial
CAPACIDAD 250 ML	
PESO 145 gr	
DIÁMETRO 65 mm Ø	
ALTURA 86 mm	
BOCA T.O. Ø66 mm Ø	

Fuente: Elaboración propia

El envase de vidrio es más higiénico, de mejor presentación para el consumidor final y tiene una mejor adaptación a los nuevos hábitos de consumo, además cabe resaltar que es un envase que no contribuye a generar una mayor contaminación respecto al plástico, no olvidemos una vez culminado el contenido puede ser rehusado para distintos usos puede emplear el consumidor final.

La presentación que tendrá nuestro producto de la cúrcuma en polvo será de 250 gr.



Ilustración 23. Elaboración propia de las medidas del frasco de NaturCur Bio S.A.C.

4.1.2 empaque del producto

El empaque de los frascos de la cúrcuma en polvo será de cartón corrugado de las medidas de 200 mm x 200 mm x 180 mm, se mandará en la caja de material de cartón con doble capa para brindar mayor resistencia, con tipo de onda B. para contrarrestar los golpes o daños que pueda ocasionar el manipuleo y su transporte, se colocara se 24 cajas de base con 6 cajas de altura.

Se ha elegido este empaque, ya que la manipulación para ser transportada la mercancía es más fácil, así mismo el empaque de cartón corrugado se adapta con facilidad a cualquier medio de transporte y sirve como material de almacenaje hasta que el producto que está dentro sea comercializado.

Tabla 45. Medidas de la caja

Medidas de la Caja	
Largo	200 mm
Ancho	200 mm

Altura	180 mm
Peso neto	4.5 kilos
Peso Bruto	7.46 kilos

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 24. Diseño de la caja del producto

4.1.3. Embalaje de la Cúrcuma en polvo

Para una mayor seguridad, manipulación y que la mercadería este trincada para ello se utilizara pallets de madera a medida del Euro pallet (1200 mm x 800 mm * 145 mm).



Ilustración 25. Medidas del Palet.

Fuente: (Europalet.com, 2019)

El pallet de elección debe de cumplir con la norma internacional para las medidas fitosanitarias NIF15, el cual indica el reglamento de las medidas sanitarias que debe cumplir el embalaje de madera utilizado en el comercio internacional.

En el Perú, la entidad que tiene la responsabilidad que los embalajes de madera cumplan con la normal internacional y se encarga de cumplir con la normatividad nacional es SENASA, y uno de sus objetivos es aminorar el riesgo de introducción y propagación de plagas.

Por todo lo expuesto anteriormente, nuestro producto será enviado con pallets que cumplan esta norma NIMF15 y más aún que se ira para el país de Holanda siendo un miembro de la Unión Europea este pallet debe estar debidamente acreditada por la marca correspondiente y el certificado fitosanitario correspondiente.

Peso	Carga estática	Carga dinámica	Materia prima	Colores	Exportable
 Kg					
25 Kg	Hasta 4000 kg	Hasta 1000 kg	Madera natural	Madera	Sí

Ilustración 26. Descripción del Pallet

Fuente: (Europalet.com, 2019)

Peso: 27 Kg

Carga estática: 4.000 Kg

Carga dinámica: 1.000 Kg

Materia prima: madera de pino

Colores: Madera

Exportable: Sí. Tratamiento NIMF-15 incluido

A continuación, se presenta un resumen de la etapa del embalaje, las cajas de cartón corrugadas serán envueltas con stretch film, tal como muestra en el siguiente proceso de embalaje.



Ilustración 27. Procedimiento de embalaje

Fuente: Elaboración propia

4.2. Diseño del rotulado y marcado

4.2.1 Diseño del rotulado

Como lo menciona (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.

La información que debe de tener el rotulado es la siguiente:

- Nombre o denominación del producto
- País de fabricación
- Si el producto es perecible
 - Fecha de vencimiento
 - Condiciones de conservación
 - Observaciones
- Contenido neto del producto expresado en unidades de masa volumen según corresponda
- En caso de contener algún insumo o materia prima que represente algún riesgo al consumidor o usuario debe ser declarado
- Nombre y domicilio fiscal en Perú del fabricante o importador o envasador o distribuidor responsable, según corresponda, así como su número de Registro Único de Contribuyente (RUC).
- Advertencia del riesgo o peligro que pudiera derivarse de la naturaleza del producto, así como de su empleo, cuando estos sean previsibles.
- El tratamiento de urgencia en caso de daño a la salud del usuario, cuando sea aplicable.

El diseño del rotulado para los alimentos que comprenden los países de la Unión Europea que entre ellas comprende nuestro país de destino que es Holanda será de la siguiente manera y comprenderá la siguiente información según el reglamento establecido por la Unión Europea para el rotulado de productos alimenticios para que el consumidor final tenga más información del producto:

Nombre y Dirección del fabricante y/o distribuidor	<ul style="list-style-type: none"> NaturCur Bio S.A.C - ubicado en Jr. Las Esmeraldas Mz. B6 lote 36 - Urb. Santa Anita - Santa Anita.
Nombre o Tipo de Producto	<ul style="list-style-type: none"> Cúrcuma en polvo - CurBio.
Ingredientes	<ul style="list-style-type: none"> El producto contiene la Cúrcuma longa en el proceso de pulverizado.
Cantidad Neta	<ul style="list-style-type: none"> Presentación de 250 gr.
Fecha de durabilidad	<ul style="list-style-type: none"> El producto tendrá una duración de 1 año y tendrá la palabra "consumir preferentemente antes de"
Condiciones especiales de conservación o uso	<ul style="list-style-type: none"> Conservar el envase cerrado en un lugar fresco y seguro.
Nombre o Razón social del importador	<ul style="list-style-type: none"> Importado por establecido en la Unión Europea.
País de origen	<ul style="list-style-type: none"> Perú -Made in Perú o Product of Perú.
Identificación del lote	<ul style="list-style-type: none"> Con marca precedida por la letra L.
Instrucción de uso	<ul style="list-style-type: none"> Debe mencionar como el cliente lo va a emplear en su correcto uso.
Declaración nutricional	<ul style="list-style-type: none"> Siendo una información obligatoria sobre los nutrientes, vitaminas y minerales que contiene nuestro producto, calculado en base a los gramos que contiene el frasco.

Ilustración 28. Requerimientos de Etiquetado

Fuente: Elaboración propia en base a (TTB ALCOHOL AND TOBACCO TAX AND TRADE BUREAU, 2019)

Según el (MINCETUR - PROMPERU, 2010) La Dirección General de la Salud y Protección de los Consumidores – SANCO, Tiene por misión contribuir a mejorar la salud, la seguridad y la confianza de los ciudadanos europeos. Asimismo, es la autoridad responsable de mantener actualizada la legislación sobre seguridad de los alimentos, salud de las personas y derechos de los consumidores, así como velar por su cumplimiento sobre todo en el etiquetado de los productos provenientes de importaciones.

Las exigencias que rigen el etiquetado son complejas y abundantes, y el no cumplimiento de estas, significa el rechazo del producto en la frontera de entrada del país.

Considerando ya los requerimientos del etiquetado se hará una presentación respecto a la información manejada para un mejor entendimiento e información que tendrá el frasco.

VALOR NUTRICIONAL / NUTRITION FACTS
TAMAÑO DE PORCIÓN / SERVING SIZE : 1 TSP (3 gr)
PORCIONES POR ENVASE / SERVINGS PER CONTAINER: 250 gr

VALORES POR PORCIÓN / VALUES PER SERVING
CALORIAS / CALORIES 9 - (3 gr)

GRASA TOTAL / TOTAL FAT: 3 gr	0,10
GRASA SATURADA / SATURATED FAT 0 gr	0,00
GRASAS TRANS / TRANS FAT 0 gr	0,00
COLESTEROL / CHOLESTEROL 0 gr	0,00
SODIO / SODIUM	1 mg
CARBOHIDRATOS TOTALES / TOTAL CARBOHYDRATE	2,01
FIBRA DIETÉTICA / DIETARY FIBER	0,70
AZÚCARES / SUGARS	0,10
PROTEÍNAS / PROTEIN	0,29

MINERALES / MINERALS

POTASIO / POTASSIUM	62 mg
FÓSFORO / PHOSPHORUS	9 mg
CALCIO / CALCIUM	5 mg
MAGNESIO / MAGNESIUM	6 mg
ZINC / ZINC	0,14u
SODIO / SODIUM	1 mg
HIERRO / IRON	1,65 mg

VITAMINAS / VITAMINS

VIT. B1 TIAMINA	0,002 mg
VIT B2 RIBOFLAVINA	0,004 mg
VIT B6 PIRIDOXINA	0,003 mg
VIT K	0,4 ug
VIT E	0,13 ug

INGREDIENTES / INGREDIENTS:
Cúrcuma en polvo / Turmeric Root.

USO SUGERIDO / SUGGESTED USE:
Se recomienda tomar 1 cucharadita tres veces al día / It is recommended to take 1 tsp three times a day.

PRECAUCIONES / PRECAUTIONS
Mujeres embarazadas o personas con alguna condición médica, consultar con su médico antes de consumir este producto/ Pregnant women or people with any medical condition, consult with your doctor before consuming this product.

NO REQUIERE REFRIGERACION/ NO REFRIGERATION REQUIRED
MANTÉNGASE FRESCO / KEEP FRESH
MANTÉNGASE FUERA DEL ALCANCE DE LOS NIÑOS / KEEP OUT OF REACH OF CHILDREN

ELABORADO POR / PRODUCED BY:
NATURCUR BIO S.A.C
JR. LAS ESMERALDAS MZ B6 LOTE
35 - URB. SANTA ANITA - SANTA ANITA, LIMA - PERU
(+51) 1 469 3001

WWW.NATURCURBIO.PE



7 751234 123456



NATURCUR BIO

Cúrcuma

TURMERIC ROOT

CÚRCUMA LONGA



ANTI-FLAMATORIO/ ANTI-INFLAMMATORY
ALIVIA MALESTAR DIGESTIVO/ RELIEVES DIGESTIVE MALESTAR
ANTI-OXIDANTE/ ANTI-OXIDANT
ANTI-DEPRESIVO / ANTI-DEPRESSIVE

250 GR

Ilustración 29. Etiqueta de la cúrcuma en polvo

Fuente: Elaboración Propia

4.2.2 Diseño del mercado

Las cajas y paleta se enviarán debidamente marcadas y rotuladas para facilitar e identificar de manera rápida y eficaz la unitarización que comprende la carga, también porque permite la localización y conteo de cantidades físicas en nuestros almacenes como en el del distribuidor y un mejor control tanto en el Packing List y en el inventario de cada empresa.

Por otro lado, el marcado de las paletas y su correlatividad versus la factura comercial facilita la identificación rápida de la carga por parte de las autoridades aduaneras a la llegada al puerto de destino y su revisión.

Se usará varios tipos de marcas tanto para las cajas como para las paletas:

- **Marcas de expedición:**

En este punto se colocará los datos del importador de destino que será en la ciudad de Rotterdam donde también ira los datos necesarios para la entrega: comprador, destino, país, dirección entre otros.

Tabla 46. Datos del importador

Importador:	Oriental Enterprise Tong Fong Ámsterdam B.V.
Dirección	De Flinesstraat 10 - 1099 CB - Ámsterdam - Países Bajos.
Puerto de descarga	Rotterdam
N.º de bultos	1/ 168

Fuente: Elaboración propia

- **Marcas informativas:**

Debe de contener los datos del exportador e información del producto y deben estar separadas por las marcas de expedición, origen, numero de bultos, peso, entre otros.

Tabla 47. Datos de Exportador

Exportador:	NaturCur Bio S.A.C.
--------------------	---------------------

Dirección:	Jr. Las Esmeraldas Mz B6 Lote 35 Urb. Santa Anita – Santa Anita – Lima – Perú.
Puerto de embarque:	Callao - Perú
N.º de bultos:	1/168
Peso neto:	4.5 kg.
Peso bruto:	7.46 kg.
Dimensiones de la caja:	200 mm x 200 mm x 180 mm

Fuente: Elaboración Propia

- **Marcas de manipuleo:**

Son las Instrucciones básicas o símbolos internacionales que son conocidos como pictogramas que facilita la manipulación de los embalajes. Por medio del uso de pictogramas se pretende desarrollar indicaciones abreviadas que permitan identificar algunos detalles relativos a las mercancías que están en exportación y también en el país de origen para su conocimiento, su manipulación y traslado.

A continuación, se muestra los pictogramas tanto para las cajas como para las paletas:

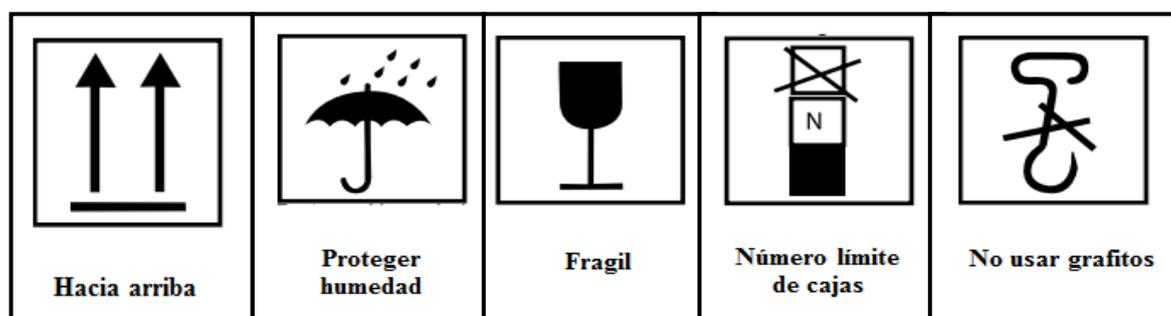


Ilustración 30. Pictogramas para las cajas de exportación

Fuente: Elaboración Propia

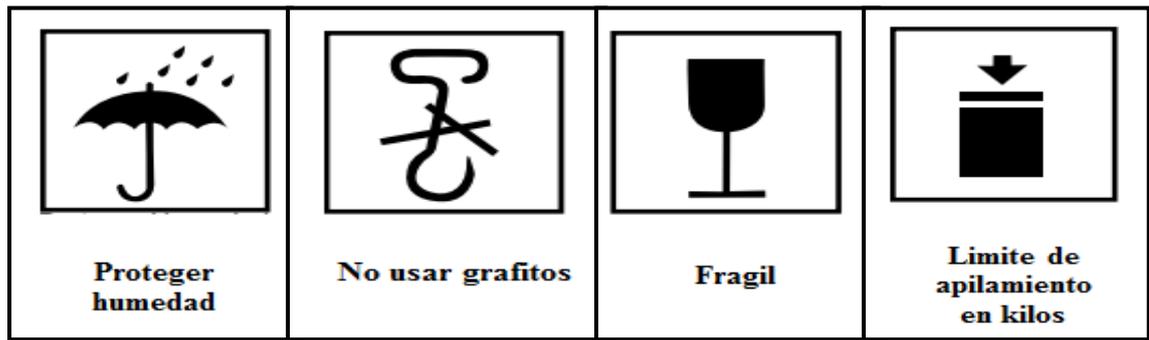


Ilustración 31. Pictogramas para las paletas de Exportación

Fuente: Elaboración Propia



Ilustración 32. Marcado de la caja

Fuente: Elaboración propia

4.3. Unitarización y cubicaje de la carga

Para la exportación a Rotterdam (Países Bajos), se solicitó una cotización para el envío de 336 cajas de cartón corrugado, cada una conteniendo con 18 frascos de vidrio en 02 paletas siendo así una carga suelta – LCL consolidada, usando la vía de transporte navegable marítimo. En el grafico siguiente, se detallará la información necesaria de la unitarización de las cajas en los pallets, teniendo en cuenta la resistencia en peso de cada pallet, el peso de cada frasco, el peso de cada caja, la cantidad de peso por la

cantidad de cajas en cada pallet que a la vez servirá como datos que el operador logístico calculara para el cobro del flete y demás operaciones que va realizar para la exportación de nuestro producto al mercado de Rotterdam.



CARACTERISTICAS DE LA CAJA EMPAQUE - EMBALAJE:

- **Medidas:** 200 mm x 200 mm x 180 mm.
- **Cantidad de frascos en caja:** 18 Frascos.
- **Peso Neto/ caja:** 4.5 kg
- **Peso Bruto/ caja:** 7.46 kg

Ilustración 33. Características de la caja

Fuente: Elaboración Propia



CARACTERISTICAS DEL PALLET UNITARIZACION:

- **Europallet:** 1200 mm x 800 mm x 145 mm.
- **Cantidad de pallets:** 2 pallets.
- **Cantidad de cajas/ pallet:** 144 cajas
- **Cantida de Frasco/ pallet:** 5184 frascos
- **Peso Neto/ pallet:** 648 kg
- **Peso Bruto/ pallet:** 1101.24 kg

Ilustración 34. Características del pallet

Fuente: Elaboración propia

Hacemos una simulación de **12** envíos al año para que cubra la demanda estimada en el mercado de Rotterdam en Los Países Bajos y según la proyección estimada tendremos estos resultados esperados:

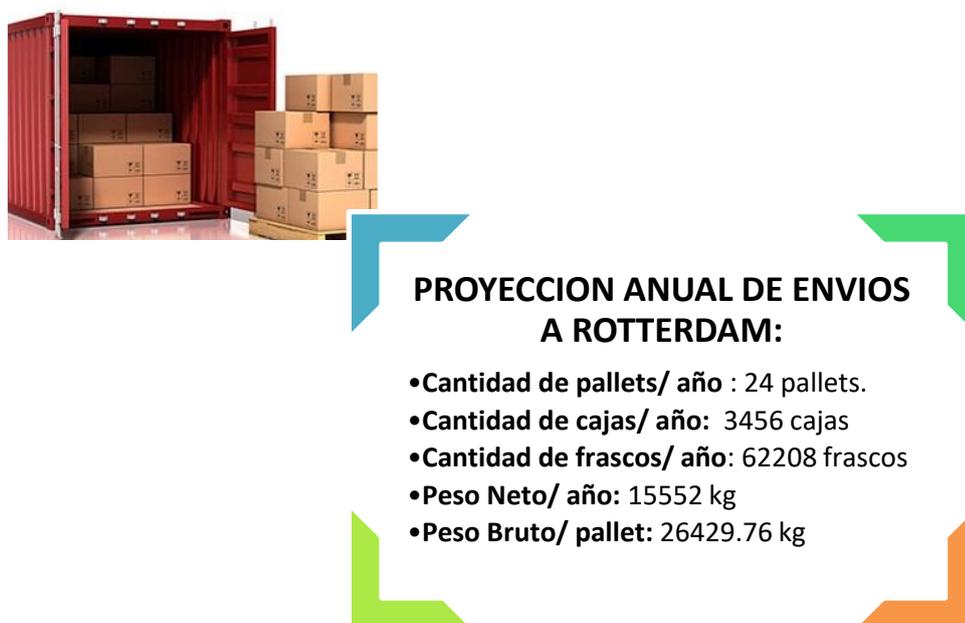


Ilustración 35. Proyección anual de envíos

Fuente: Elaboración Propia

4.4. Cadena de DFI de exportación

Para ver la trazabilidad de cada proceso empleado desde el país de origen al país de destino se evaluará cada punto de acuerdo con la cadena logística mediante la distribución física internacional (DFI) evaluando la alternativa más conveniente, económica, eficaz y eficiente desde la entrega de la materia prima hasta el producto se encuentre en Rotterdam – Países Bajos, optimizando los tiempos de respuesta y costos de cada agente involucrado en la cadena logística.

4.4.1. Determinación de proveedores

La cadena de suministro está conformada por todos aquellos procesos y actividades que involucran a los proveedores y a clientes para que en conjunto colaboren en la

producción y distribución de la mercancía con la calidad, cantidad y tiempo ofrecido y pactado por el cliente, con la finalidad de satisfacer la demanda del consumidor.

Tabla 48. Criterios para evaluación

Criterios	Café Llapanchic S.R.L.	Grupo Montes Perú S.A.C	Representaciones y Distribuciones toya E.I.R.L.
Precio kg	S/. 7.50	S/. 10.00	S/. 15.00
Experiencia	6 años	5 años	1 año
Ubicación del proveedor	Pichanaqui - Junín	Puente Piedra - Lima	San Luis - Lima
Puntualidad	Muy buena	Buena	Buena
Volumen de suministro	20 TN	20 TN	10 TN
Cumplimiento de la norma ambiental	Si cumple	Si cumple	Si cumple

Fuente: Elaboración Propia

Una vez ya teniendo los datos de la tabla N.º 48 se podrá determinar y elaborar una matriz de selección para poder seleccionar a nuestro principal proveedor de materia prima y a continuación se evaluará de acuerdo con los criterios planteados.

Tabla 49. Matriz de selección de Proveedor de materia prima

Criterios	Nivel de importancia	Café Llapanchic S.R.L.	Puntaje	Grupo Montes Perú S.A.C	Puntaje	Representaciones y Distribuciones toya E.I.R.L.	Puntaje
1 Precio kg	25%	5	1.25	4	1	2	0.5
2 Experiencia	20%	5	1	4	0.8	1	0.2
3 Ubicación del proveedor	10%	3	0.3	4	0.4	4	0.4
4 Puntualidad	20%	5	1	4	0.8	3	0.6
5 Volumen de suministro	15%	5	0.75	4	0.6	2	0.3
6 Normativa ambiental	10%	5	0.5	5	0.5	4	0.4
Total	100%		4.8		4.1		2.4

Fuente: Elaboración Propia

Puntaje 1- Malo

Puntaje 5 – Muy bueno

Una vez analizado los criterios y según el puntaje obtenido mediante la aplicación de la matriz de selección nuestra empresa NaturCur Bio S.A.C trabajara mano a mano con la empresa Café Llapanchic S.R.L. que tiene una trayectoria de 6 años en el mercado ubicado en la región Junín en la provincia de Pichanachi y teniendo unos de los precios más competitivos del medio además la puntualidad y compromiso que tiene en la entrega de lo pactado, esta empresa nos da una buena alternativa ya que además certifica su producción que es netamente natural con los cuidados necesarios del cultivo para que esta sea de calidad desde su cultivo, cosecha, selección, pulverización y traslado a lugar pactado.

Una vez ya seleccionado el proveedor de materia prima ahora vamos a seleccionar al proveedor de frasco para tener ya mapeado nuestra cadena logística y tener alternativas adicionales.

Tabla 50. Criterios para selección de la empresa proveedora de frascos

Criterios	Envases del Perú Wildor E.I.R.L.	El Buen Artesano E.I.R.L.	Soluciones de empaque S.A.C.
Precio	Bueno	Alto	Bueno
Ubicación	Chorrillos	San Miguel	Surquillo
Experiencia	9 años	10 años	18 años
Puntualidad	Muy buena	Muy buena	Muy buena
Variedad	limitado	limitado	Diversa

Fuente: Elaboración Propia

Una vez ya teniendo los datos de la tabla N.º 50 se podrá determinar y elaborar una matriz de selección para poder seleccionar a nuestro principal proveedor de frascos de vidrio y a continuación se evaluará de acuerdo con los criterios planteados.

Tabla 51. Ponderación para la selección de frascos de vidrio

Criterios	Importancia %	Envases del Perú Wildor E.I.R.L.	Puntaje1	El Buen Artesano E.I.R.L.	Puntaje2	Soluciones de empaque S.A.C.	Puntaje3
Precio	20%	4	0.8	2	0.4	5	1
Ubicación	25%	4	1	3	0.75	4	1
Experiencia	15%	3	0.45	3	0.45	5	0.75
Puntualidad	20%	4	0.8	3	0.6	5	1
Variedad	20%	4	0.8	3	0.6	5	1

Total	100%		3.85		2.8		4.75
--------------	-------------	--	-------------	--	------------	--	-------------

Fuente: Elaboración Propia

Puntaje **1**- Malo

Puntaje **5** – Muy bueno

Una vez analizado los criterios y según el puntaje obtenido mediante la aplicación de la matriz de selección nuestra empresa NaturCur Bio S.A.C trabajara mano a mano con la empresa Envases del Perú Wildor E.I.R.L.. que tiene una trayectoria de 18 años en el mercado ubicado en el distrito de Surquillo y teniendo unos de los precios más competitivos del mercado además la puntualidad y compromiso que tiene en la entrega de lo pactado, esta empresa nos da una buena alternativa debido a que maneja un catálogo muy surtido con envases calidad.

Una vez ya seleccionado el proveedor de los frascos de vidrio ahora vamos a seleccionar al proveedor de maquila para tener ya mapeado nuestra cadena logística y tener alternativas adicionales cabe mencionar que la cúrcuma la empresa Café Llapanchic S.R.L. nos la dará ya en el proceso de molido para solo ya contar con los frascos y además seleccionar la empresa para la maquila.

Tabla 52.criterio de elección de maquila

Criterio	Nivel de Importancia	Biologística Perú S.A.C.	Puntaje	Envases del Perú Wildor E.I.R.L.	Puntaje	Inka Terra Peru S.A.C.	Puntaje
Costo maquila por kg.	30%	4	1.2	3	0.9	5	1.5
Experiencia	20%	3	0.6	4	0.8	5	1
Ubicación del proveedor	15%	5	0.75	3	0.45	4	0.6
Puntualidad	20%	4	0.8	4	0.8	5	1
Certificados	15%	5	0.75	5	0.75	5	0.75
Total	100%		4.1		3.7		4.85

Fuente: Elaboración Propia

Una vez ya teniendo los datos de la tabla N.º 52 se podrá determinar y elaborar una matriz de selección para poder seleccionar a nuestro principal proveedor de maquila y a continuación se evaluará de acuerdo con los criterios planteados.

Tabla 53. Criterios para elección del proveedor de maquila

Criterios	Nivel de Importancia	Biologística Perú S.A.C.	Puntaje	Envases del Perú Wildor E.I.R.L.	Puntaje	Inka Terra Peru S.A.C.	Puntaje
Costo maquila por kg.	30%	4	1.2	5	1.5	4	1.2
Experiencia	20%	3	0.8	5	1	1	0.2
Ubicación del proveedor	15%	5	0.75	4	0.6	3	0.45
Puntualidad	20%	4	0.8	4	0.8	1	0.2
Certificados	15%	4	0.6	4	0.6	1	0.15
Total	100%		4.15		4.5		2.2

Fuente: Elaboración propia

Puntaje **1**- Malo

Puntaje **5** – Muy bueno

Una vez analizado los criterios y según el puntaje obtenido mediante la aplicación de la matriz de selección nuestra empresa NaturCur Bio S.A.C trabajara mano a mano con la empresa Inka Terra Perú S.A.C. que tiene una trayectoria de 20 años en el mercado ubicado en el distrito de Chorrillos y teniendo unos de los precios más competitivos del mercado además la puntualidad y compromiso que tiene en la entrega de lo pactado, esta empresa nos da una buena alternativa debido a que maneja una experiencia en la manipulación de los productos, el embalaje, el envasado y la unitarización en la parihuela listo para ser entregado en almacén de la agencia aduanera.

El proveedor nos garantiza a la empresa la inocuidad y calidad del producto final, sustentado en las certificaciones con las que cuenta como HACCP e ISO 9001-2000.

Una vez ya realizada el filtro correspondiente a los principales proveedores que nos abastecerán de materia prima, de los envases, embalajes y la unitarización se debe de

pactar una relación contractual estipulando por ambas partes cláusulas que se debe de cumplir y a su vez ser un proveedor fiel al cuidando nuestros propios intereses.

Las estrategias con las empresas proveedoras son las siguientes:

Estrategia 1 - Materia prima

- Realizar el contrato con la empresa de materia prima Café Llapanchic S.R.L por el plazo de 1 año renovable cada año, por mutuo acuerdo y además puesto a lugar acordado mutuamente, así la empresa tendrá una mayor oferta exportable para nosotros.
- La cantidad de contrato será de 1.5 ton de manera mensual si hay mayor demanda se aplicará un nuevo contrato respecto a la diferencia del pedido adicional por la demanda obtenida.

Estrategia 2 - Proveedores de frascos

- Realizar el contrato con la empresa de frascos de vidrio Soluciones de Empaque S.A.C. por el plazo de 1 año en donde estipule el lugar pactado de entrega, la cantidad solicitada y la fecha prometida.
- Respecto al requerimiento u o/c de frascos se manejará de que se pida un pallet que contiene 6400 unidades.

Estrategia 3 - maquila

- Realizar un contrato con la empresa Inka terra Perú S.A.C. que una vez suministrado la materia prima junto con los envases, se encargue en el menor tiempo posible la entrega ya unitarizada de la mercancía a nuestras instalaciones de nuestra empresa para poder ser verificada con un minucioso control de calidad y así para poder ser enviada a puerto por intermedio de la agencia de aduana.

Ilustración 36. Estrategias con los proveedores

Fuente: Elaboración Propia

Una vez ya teniendo ya el conocimiento y la elección de todos los agentes (proveedores) que participaran dentro de nuestra cadena logística es importante detallar cada punto para un mejor entendimiento de la trazabilidad de nuestro producto hasta el lugar de destino.

4.4.2. Determinación del proceso productivo

El proceso productivo para obtener la cúrcuma en polvo será realizado por la empresa Café Llapanchic S.R.L que a continuación se tiene el siguiente diagrama de flujo del proceso productivo para obtener el producto final.



Ilustración 37. Proceso productivo

Fuente: Elaboración propia en base

Se puede observar en la figura N°37 el gráfico del proceso productivo, en la cual se explicará detalladamente a continuación:

- **Recepción:** Llega a los almacenes de la empresa Café Llapanchic S.R.L, La materia prima será acopiada de los agricultores en el campo y transportada a la Planta con el camión de la Empresa. Así la Cúrcuma fresca llegará a la zona de descarga (rampa) donde se controlará el peso
- **Limpieza, Selección y clasificación:** Para obtener un producto de buena calidad y mejorar los rendimientos, hay que dejar la materia prima limpia para las operaciones posteriores. Por lo tanto, es necesario separar y/o extraer los

contaminantes y desecharlos. Las sustancias contaminantes que se encuentran mayormente en la Cúrcuma son raíces secas, materias extrañas, hojas secas, tallitos de plantas, tierra, polvo, etc. Mediante una inspección simple se selecciona la Cúrcuma defectuosa y al mismo tiempo se clasifica en grupos con diferentes características de calidad.

- **Lavado I:** (lavadora de Inmersión) En esta etapa, la Cúrcuma limpia, seleccionada y clasificada, se somete a la lavadora de Inmersión, con el fin de pulir y eliminar el resto de tierra y polvo que se encuentra en la Cúrcuma, lo cual es natural por ser un tallo subterráneo
- **Lavado II (lavadora de duchas):** Con esta lavadora de tres juegos de duchas de cuatro hileras c/u con boquillas aspersores se realizará los enjuagues respectivos, de esta manera se garantiza la pureza del producto.
- **Cortado y picado:** Esta operación sirve para aumentar la superficie de contacto en el momento del escaldado y facilita a su vez el deshidratado de la Cúrcuma. Se realiza en una máquina de acero inoxidable, tipo molino Fill Mill, con una malla adecuada.
- **Escaldado:** Se realiza con el fin de gelatinizar el almidón de la Cúrcuma para evitar 68 encostramientos durante el secado e inactivar las enzimas controlando su pronta germinación, oxidación, etc. Las enzimas, por lo general, son sensibles a las condiciones de calor húmedo, especialmente a las temperaturas superiores a la máxima para la actividad enzimática. Las temperaturas de calor húmedo cercanas al punto de ebullición del agua encuentran enzimas casi instantáneamente inactivadas. Hay excepciones, pero como una regla, un minuto a 100°C deja a las enzimas inactivas. Cuando el producto fresco se expone directamente al calor seco, tal como se usa en el deshidratado, las enzimas son notablemente insensibles al efecto de la energía.

Es importante, por lo tanto, controlar la actividad enzimática sujetando la Cúrcuma fresca a condiciones de calor húmedo, es decir escaldando. En esta etapa se somete a la Cúrcuma a una tina de escaldado donde recibirá un hervor de 80 a 90°C durante 10-15 minutos aproximadamente, según sea el caso.

- **Deshidratado:** Es la operación central del proceso de producción, mediante la cual se reduce la humedad de la Cúrcuma al 10% lo cual permite una fácil molienda y también mejorar su comercialización. Entre las variables que deberán ser controladas durante esta operación se tiene: La temperatura, humedad, ventilación y tiempo. El deshidratador de bandeja, túnel y banda son semejantes entre sí ya que todos usan una corriente circulante de aire caliente para proporcionar la energía necesaria para el secado del producto que durante el proceso no se mueve o lo hace a velocidad muy baja, comparada con la velocidad de aire circulante. En este caso se usará una deshidratadora tipo túnel, donde las bandejas son acomodadas en carritos y éstos pueden introducirse al túnel en forma casi continua. La corriente de aire puede fluir en la misma dirección (flujo paralelo), en la dirección opuesta (flujo contracorriente) o en ángulo recto (flujo cruzado). En algunos casos son combinados los dos tipos de túneles en una sola unidad, el producto es puesto primero en un túnel paralelo para aprovechar la alta velocidad inicial de secado en este tipo de túnel después puede ser puesto en un túnel a contracorriente para obtener un producto bien seco. La temperatura que utilizará en esta etapa será de 70 C ° durante seis horas.
- **Molienda:** Es la operación mediante el cual la Cúrcuma deshidratada y enfriada previamente a temperatura ambiente es transformada en polvo obteniéndose el tamaño de partícula deseada mediante el uso de un molino de martillos.
- **Envasado:** Por tratarse de un producto higroscópico se deberá usar envases a prueba de humedad, con cierre hermético y resistente a la manipulación durante todas las etapas del proceso de comercialización, ya sea nivel nacional o internacional. Teniendo en cuenta la reglamentación descrita en las Normas de Calidad, se usará sacos de yute de 50 Kg para Cúrcuma deshidratada entera y sacos multipliegos de papel con revestimiento de polipropileno de 25 Kg para Cúrcuma deshidratada molida.
- **Almacenaje:** El producto envasado será colocado en un lugar seco (almacén). Durante esta etapa es conveniente el control de la humedad del producto. Los microorganismos están presentes siempre que las condiciones lo permitan. Un método obvio de control es la restricción de la humedad para el crecimiento de mohos. Los mohos pueden crecer en los substratos alimenticios con una humedad

tan baja como 12% y se conocen algunos que crecen en alimentos con menos de 5% de humedad. Las bacterias y levaduras requieren niveles de humedad más altos, generalmente sobre 30%. La Cúrcuma con una humedad de 10% y con el alto contenido de sólidos se encuentra protegida. Sólo con un 16% de humedad puede crear moho en el almacenamiento

4.4.3. Autoridades competentes en Perú y mercado de destino

Se detalla en la tabla N°68 a los agentes participantes que controlan el acceso de la cúrcuma en polvo para uso medicina hacia Rotterdam- Países Bajos, tanto a nivel local como en destino.

Entidad		Resumen
PERÚ	Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA)	El Ministerio de Salud a través de la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA) es el organismo competente en el aspecto técnico, normativo y de vigilancia de la inocuidad de los alimentos, elaborados industrialmente dentro o fuera del país, con excepción de los productos acuícolas y pesqueros.
	Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT)	Organismo nacional encargado de recaudar impuestos y administrar la actividad aduanera.
	DG-SANCO (Health and Consumers Directorate General)	La Dirección General de la Salud y Protección de los Consumidores – SANCO, Tiene por objetivo contribuir a mejorar la salud, la seguridad y la confianza de los ciudadanos europeos. Asimismo, es la autoridad responsable de mantener actualizada la legislación sobre seguridad de los alimentos, salud de las personas y derechos de los consumidores.

		<p>En el etiquetado, la publicidad o los documentos comerciales pueden figurar los términos «eco» y «bio» para caracterizar a un producto ecológico, y mencionar sus ingredientes o las materias primas.</p> <p>Por lo general se requieren el cumplimiento de uno o más de las siguientes certificaciones: HACCP, ISO 9001-2000, ISO 22000 y Certificación Orgánica si el producto lo amerita.</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">PAISES BAJOS</p>	<p>EFSA (La Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria)</p>	<p>Proporcionar apoyo técnico y científico a la Comisión en aquellos aspectos que tengan algún impacto en la seguridad alimentaria. Crea una red con vistas a desarrollar y fortalecer una estrecha cooperación entre organismos similares de los Estados miembros. Asimismo, identifica y analiza los riesgos, reales y emergentes, en la cadena alimentaria e informa de ellos al público en general.</p>

Fuente: DIGESA, SENASA, SUNAT, DG- SANCO

Elaboración propia

- **Documentación**

Los requisitos solicitados por los Países Bajos referente a documentación son los siguientes:

- Facturas comerciales: consigna información del exportador y del importador, fecha de factura, la descripción completa de la mercadería, el origen y el valor FOB. Si se conoce, se debe incluir el número de contenedor.
- Declaración del valor en aduana: Debe presentarse una declaración del valor en aduana a las autoridades aduaneras si el valor de las mercancías importadas supera los 10, 000 €. Adjunto con la DAM

- Lista de empaque (Packing List): Describe la mercadería, la cantidad, el peso, y los datos del importador/exportador.
- Certificados de inspección (Sanitaria y fitosanitaria)
- Certificación Orgánica

4.4.4. Aspectos de calidad, trazabilidad y certificaciones

4.4.4.1. Aspectos de calidad

La materia prima base fundamental para la elaboración de la cúrcuma en polvo, deberán pasar por un proceso de calidad en el cual se verificará su frescura, tipo de raíz, tamaño, color, olor, textura, entre otros aspectos importantes.

NaturCur Bio S.A.C, contratará los servicios de la empresa Café Llapanchic S.R.L, quien se encargará del proceso de pulverización y el envío del producto.

La empresa proveedora cuenta con certificación HACCP e ISO 9001-2000, certificación orgánica para el ingreso al mercado europeo y BPF (Buenas prácticas de Fabricación).

4.4.4.2. Certificaciones

- **HACCP:** Es una norma de un proceso donde se realiza un Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP), siendo así un Sistema de Seguridad Alimentaria en el país alemán para obtener resultados eficaces basados en los requisitos del sistema del Codex Alimentarius reconocido internacionalmente. Así mismo el Sistema de Gestión de Calidad y Seguridad Alimentaria, establece los requisitos para la gestión de la seguridad alimentaria y calidad de los consumidores, basándose en los principios de la norma ISO 9001-2000.
- **Food Standard IFS:** Se trata de una Iniciativa Global de Seguridad Alimentaria (GFSI) reconocida para dar seguridad alimentaria y la calidad de la auditoría de los procesos y productos de los fabricantes de alimentos. Se realizará las auditorías solo en empresas de productos alimenticios proveedores /fabricantes y sólo se refiere a las compañías o empresas que envasan productos alimenticios sueltos de procesamiento de alimentos. La norma contiene muchos requisitos

relacionados con el cumplimiento de las especificaciones del proceso de producción y comercialización para la seguridad de la marca y la calidad del producto.

- **British Retail Consortium (BRC):** Es la Norma Mundial para la Seguridad Alimentaria, siendo una asociación comercial que representa a toda la gama de minoristas, desde los múltiples grandes y grandes almacenes a través de los independientes, la venta de una amplia selección de productos a través del centro de la ciudad, fuera de la ciudad, rural y tiendas virtuales. El BRC es la voz que autoriza la venta al por menor, reconocido por su potente campaña e influencia dentro del gobierno y como proveedor de información relevante por menor.

4.4.4.3. Trazabilidad

Está compuesto por procesos prefijados que se lleva a cabo para determinar los diversos pasos que recorre un producto, desde su nacimiento hasta ubicación actual en la cadena de abaste.

En el caso que el cliente lo solicite, la empresa entregará un certificado de trazabilidad, el cual será validado y sellado por una empresa externa que garantice que la empresa cuenta con un sistema de trazabilidad.

4.4.5. Determinación del operador logístico a intervenir

Los operadores logísticos buscan conducir de manera estratégica la operación, el almacenamiento de los productos, el control de inventarios y el flujo de la información; comprometiéndose a coordinar la entrega de la mercadería de forma óptima, en el lugar correcto y en el tiempo exacto.

El agente de aduana será el operador logístico con el cual se realizarán las coordinaciones para el despacho de aduana de la mercancía, este proceso involucra desde la entrega de la carga en el depósito temporal hasta la regularización de la DAM de exportación. Cabe mencionar que NaturCur Bio S.A.C. realizará las exportaciones

en Incoterm FOB, por lo que su responsabilidad será hasta cuando coloque la carga en la borda del buque, transmitiendo el riesgo al comprador en ese momento.

Para la búsqueda de las alternativas de operadores logístico internacional que se muestra líneas abajo, se consideró y evaluó los siguientes puntos:

- El agente se encuentre constituido legal y debidamente instalado.
- Experiencia y actualizaciones en comercio internacional para aportar información y servicios eficientes y confiables.
- Disponibilidad inmediata para casos de emergencias y en decisiones eventuales que necesite decidir.
- Dar a conocer diferentes opciones para ofrecer la que mejor responda a las necesidades como exportador.

A continuación, se presentarán los criterios de evaluación para la elección del agente de aduana, a fin de optar por el operador más competitivo en base a costos y nivel de servicio.

Tabla 54. Criterios de selección para operadores logísticos

Criterios		M & C S.A. AGENCIA DE ADUANA	HANKA CARGO	ISC PERU CARGO SAC
1	Precio	Alto	Medio	Bajo
2	Ubicación	Ate	Los Olivos	Callao
3	Servicio de transporte	Si	Si	Si
4	Experiencia	25 años	09 años	5 años
5	Puntualidad	Muy buena	Muy buena	Muy Buena
6	Personal	10 despachadores	15 despachadores	8 despachadores

7	Certificación	Si	Si	Si
---	----------------------	----	----	----

Fuente: Elaboración propia

Tabla 55. Matriz de selección de agente de aduana

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

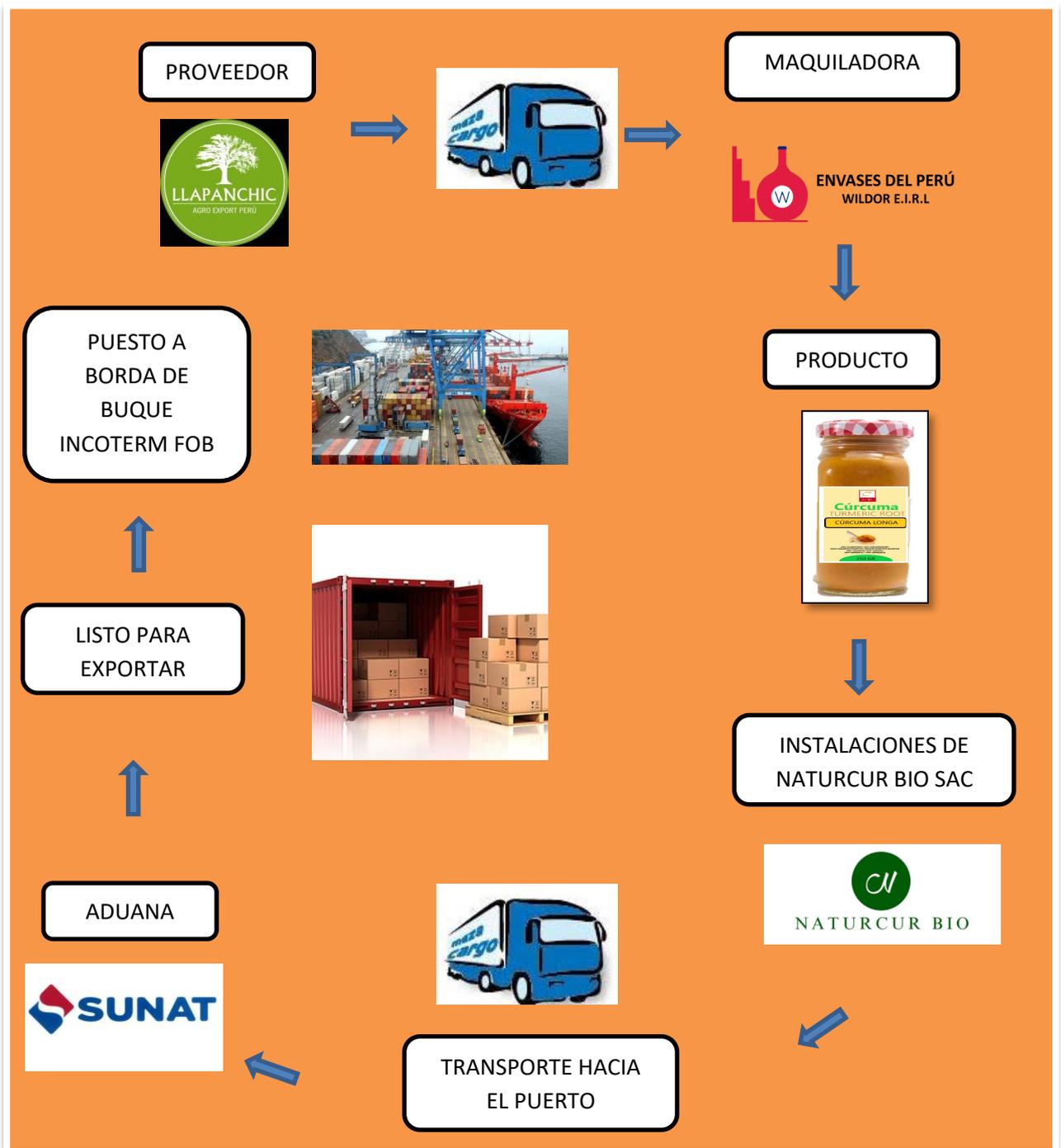
	Criterios	Nivel de Importancia	M & C S.A. AGENCIA DE ADUANAS	Puntaje	HANKA CARGO	Puntaje	ISC PERU CARGO SAC	Puntaje
1	Precio	0.2	3	0.6	5	1	4	0.8
2	Ubicación	0.15	5	0.75	5	0.75	4	0.6
3	Servicio de transporte	0.1	5	0.5	5	0.5	5	0.5
4	Experiencia	0.2	5	1	4	0.8	3	0.6
5	Puntualidad	0.15	3	0.45	5	0.75	4	0.6
6	Personal	0.1	4	0.4	5	0.5	4	0.4
7	Certificación	0.1	5	0.5	5	0.5	5	0.5
	Total	1		4.2		4.8		4

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados obtenidos en la matriz, la empresa seleccionada para el trabajo del proceso de exportación es el operador logístico a intervenir según INCOTERM 2010 FOB – Callao en la exportación; HANKA CARGO; quien obtuvo mayor puntaje, sustentado en costos competitivos, con 09 años de experiencia y un staff mayor de despachadores de aduana, además cuenta con certificación BASC la cual promueve un comercio seguro en cooperación con gobiernos y organismos internacionales. Tendrá la responsabilidad del transporte local del almacén de la empresa al terminal portuario del Callao, ingreso de la carga al depósito temporal,

servicio de agencia de aduanas (trámites respectivos para la salida definitiva de la carga y servicio de agenciamiento de carga (flete, emisión de BL, transmisión de manifiesto y consolidación de carga).

- Elección de cadena Logística



- **Transporte Marítimo**

La cuantificación de la demora depende de la salida de las naves para el puerto de destino, en este caso el puerto de Rotterdam, las naves por lo general zarpan cada 15 días es decir semanalmente, demoran en llegar entre 23 a 25 días , esto según la línea naviera. Otro factor importante es el tiempo del proceso del pedido, una vez que el cliente realiza su compra, la demora por lo general es de 15 a 20 días. Se debe considerar que al ser nuestra primera exportación estamos sujetos a la asignación de canal ROJO, es decir nuestra mercadería tiene que ser aforada por un especialista de Aduana la demora es de 1 a 2 días.

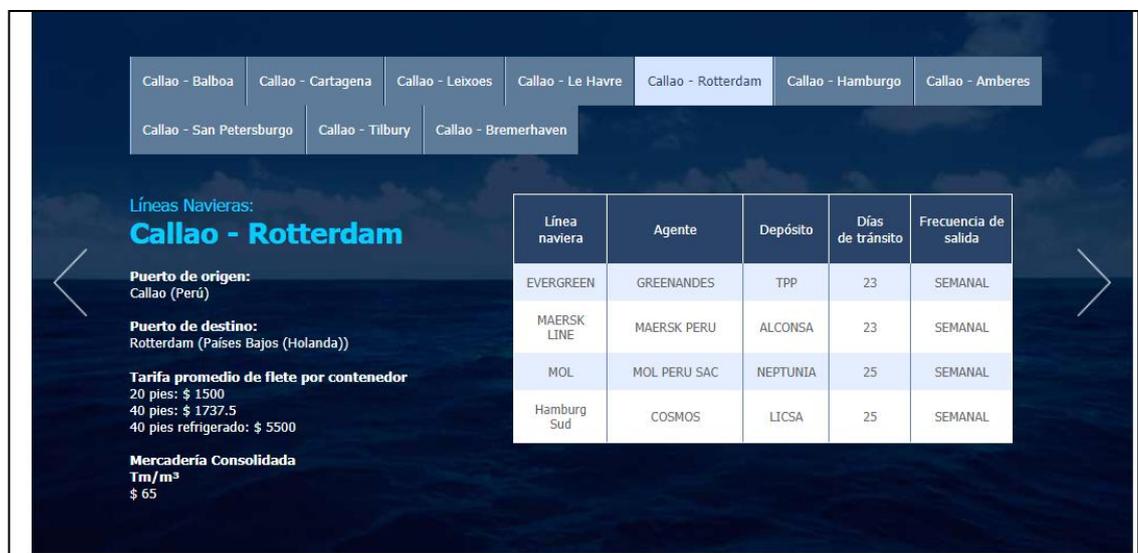


Ilustración 38. Frecuencia de salida de la nave para puerto destino Rotterdam – Países Bajos

Fuente: SIICEX



Ilustración 39. Rutas hacia el Puerto de Hamburgo- Alemania

Fuente: SIICEX Elaboración propia

- **Producción y elaboración:**

Al realizar una cuantificación desde la compra de la materia prima ya pulverizada tendremos un panorama amplio de los tiempos de demoras en cada proceso de las operaciones logísticas a realizar es por ello que se ha calculado un tiempo de aproximadamente de demora en obtener la materia prima en unos 7 a 10 días incluido el traslado de pichanaqui al lugar de la maquila en la ciudad de lima , para el proceso de maquilado en la empresa Envases Del Perú Wildor E.I.R.L serán unos 2 días, el empaque 2 horas el embalaje 2 horas y la unitarización estaría demorando 3 horas de la misma se demoraría un aproximado de 4 horas, para que todo quede listo para su manipuleo al local del exportador que se demorará 2 a 3 horas depende de la congestión en toda la Panamericana Sur, al llegar el transporte a nuestros almacenes serán descargados y posiciones listos para su revisión con el encargado del control de calidad y una vez confirmado con la agencia de cargo internacional para su traslado a puerto y siendo su traslado al terminal marítimo que tendrá una demora de 2 horas, terminando así la gestión en aduanas con el tiempo de 6 horas.

Plan de Logística Internacional	Tiempo (Días)/ Horas
Compra de Insumos	7 a 10 días
Maquilado,	2 días
Empaque	2 horas
Embalaje	2 horas
Unitarización de Pallets	3 horas
Manipuleo Local exportador	3 horas
Transporte Terminal Marítimo	2 horas
Aduanas	6 horas
Tiempo de transito transporte marítimo	7 días

Fuente: Elaboración propia

- **Determinación de la vía de embarque**

Para determinar la vía de embarque de nuestro producto (cúrcuma en polvo), se debe evaluar los siguientes aspectos:

- Costo del flete
- Disponibilidad de rutas
- Restricciones de carga
- Tiempo de transito
- Manipuleo seguro

Se puede observar en la tabla N° 56, la ponderación para la elección del medio de transporte, en caso nuestro comprador nos solicite el precio para considerar el flete internacional, presentamos los criterios de evaluación que se consideraría para la elección del medio de transporte internacional, sin considerar el transporte terrestre, ya que no es factible en el presente plan por ser una exportación hacia Rotterdam – Países bajos.

Tabla 56. Cuadro de ponderación para la elección del medio de transporte

Variable	Ponderación de Variables	AEREO		MARITIMO	
		Calificación	%	Calificación	%
1 Costo del flete	30%	1	0.3	5	1.5
2 Disponibilidad de salidas	20%	3	0.6	3	0.6
3 Restricciones de carga	10%	4	0.4	5	0.5
5 Tiempo de transito	30%	5	1.5	3	0.9
6 Manipuleo seguro	10%	4	0.4	4	0.4
Total	100%		3.2		3.9

Fuente: Elaboración propia

Al realizar la comparación entre el transporte aéreo y marítimo, se tomará la decisión de elegir el transporte por vía marítima por un factor de costos y además que no tiene restricción de tipo de carga.

4.5. Seguro de mercancías

Tal y como detalla en la tabla N° 79 existen conceptos relacionados al seguro que deben tomarse en consideración a la hora de buscar la aseguradora que mejor se adecue a las necesidades, según la modalidad de seguro que se desee.

Documentos del contrato de seguro y su formalización

Siguiendo en la línea del contrato de seguro, se seguirá analizando los elementos principales del mismo como la póliza de seguro, las condiciones generales y particulares, y el certificado de seguro.

La póliza de seguro es el contrato de seguro que prueba la relación contractual entre el tomador y el asegurador. Debido a su naturaleza e importancia siempre se oficializa por escrito.

Si se habla específicamente de mercancía, las pólizas se clasifican según se detalla

Tabla 57. tipos de póliza

Tipo de póliza	Detalle
“Por viaje” o “ a término”	Cubre los riesgos de una mercancía durante un transporte con un comienzo y duración determinados.
Póliza temporal	Cubre las operaciones a realizar en un determinado periodo de tiempo, durante el cual se asegura una multiplicidad de expediciones bajo las mismas condiciones y una suma asegurada.
Póliza abierta	Se basa en un contrato de seguro que regula condiciones marco que se van a aplicar a una serie continuada de embarques u operaciones de transporte internacional. Dichas operaciones se comunican al asegurador periódicamente.
Póliza flotante	Es una “póliza abierta” en la que la prima se fija como depósito para un volumen estimado de operaciones, regularizándose el uso real de la póliza al final de cada ejercicio en función de los transportes efectuados. En este caso no se requiere dar aviso al .asegurador por cada una de las operaciones

Fuente: Elaboración propia en base a libro (Transporte internacional de mercancías, 2011)

Como se puede observar en la tabla N° 57, los diferentes tipos de póliza permiten al exportador escoger una de acuerdo a sus necesidades específicas, para el caso de NaturCur Bio S.A.C. el tipo de póliza que se requiere será una de “a término”, debido a que se contratará el seguro para la mercancía desde el almacén hasta que esté a bordo. En segundo lugar, respecto a las condiciones generales y particulares de un contrato de seguro de transporte podemos tener como condiciones generales a aquellas que recogen estipulaciones comunes para todas las pólizas del mismo sector (basadas en el código mercantil).

Las condiciones generales suelen contemplar riesgos cubiertos como: incendio, rayo o explosión, accidente del medio de transporte, accidente del buque a bordo, robo con

intimidación. Respecto a las condiciones particulares recogen todos los datos específicos de cada contrato.

En tercer lugar, respecto al certificado del seguro, es el documento expedido por el asegurador que prueba la existencia de un contrato de seguro, este debe detallar el número de póliza y las coberturas o riesgos asegurados.

Ahora bien, después de explicación general de los seguros de mercancías, se abordará lo referido al seguro que requerirá NaturCur Bio S.A.C. Como ya se mencionó anteriormente, el comercio de la cúrcuma en polvo se utilizará el incoterm 2010 FOB -Franco a bordo- aquí la entrega de la mercancía se produce en el puerto de origen, una vez que se ha embarcado la misma al buque.

En ese sentido, el seguro a contratar por NaturCur Bio S.A.C. deberá tener una cobertura desde que el lote de cúrcuma en polvo, salga del almacén, hasta que los mismos hayan sido puestos a bordo.

A continuación se presenta de manera gráfica la ruta que deberá cubrir el seguro de transporte de la mercancía desde el almacén de NaturCur Bio S.A.C. hacia el puerto de embarque.

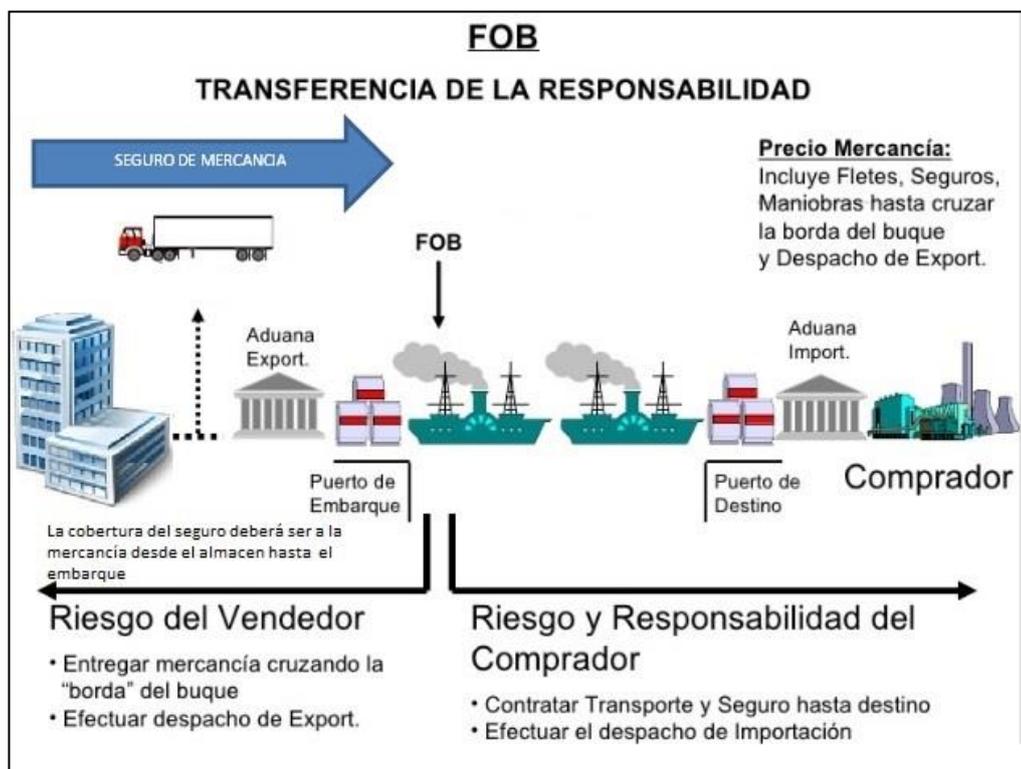


Ilustración 40. Ruta a cubrir para seguro de mercancía

Fuente: Elaboración propia en base a (Comercio y aduanas, 2017)

Según se aprecia en la figura N° 40, el riesgo del exportador va desde el almacén hasta que la mercancía este a bordo. El seguro debe contemplar la cobertura de toda la ruta y tomar en cuenta el tipo de mercancía que se va asegurar.

Para lograr tener una estimación de cobertura de seguro de mercancía se hizo la simulación con información referencial de **MAPFRE** seguros.

El costo de la póliza de seguros será de \$92.31 dólares, lo cual resulta rentable para el total de mercancía que se requiere asegurar, se debe tomar en cuenta que el seguro es por cada vez que se envíe mercancía a puerto, antes de tomar un seguro, lo primero que debe hacerse es tener clara las características del producto, de modo de determinar con precisión los riesgos cubiertos y las exclusiones existentes.

Como se ha podido indicar, el seguro de las mercancías es muy importante para NaturCur Bio S.A.C. porque le permite tener asegurada la misma en caso de algún desastre o accidente y si bien la ruta de traslado es corta y además no es obligatorio mostrar algún certificado de seguro, esto también representa que el comprador tenga un mayor nivel de confianza y seguridad.

5.- PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1 Fijación de precios

Los factores que involucra para la decisión de precio al producto (costos, precio de competencia, novedad de producto, ciclo de vida del producto, incoterm, producto elástico inelástico, etc.)

NaturCur Bio S.A.C. establecerá su precio de venta en base a los siguientes dos métodos:

El primer método se basa en la competencia, analizando el precio que en promedio tienen para la venta las empresas competidoras del producto. Una vez que el precio se haya dado a conocer, se aplicará el método basado en los costos para determinar el costo unitario que, adicionando un margen de ganancia, permita fijar un precio acorde a la competencia.

La empresa determinará el precio de venta, cuando se haya hallado el costo unitario por cada unidad del producto, calculando un margen de ganancia que permita competir en el mercado, en relación con otras empresas.

Para establecer el precio de venta se considerará el Incoterm que se utilizará, en este caso es el FOB 2010 ®, así como la cantidad solicitada, precios de la competencia y demás.

5.1.1 Costos y precios

Es importante la determinación del Incoterm en que se venderá el producto, pues dependiendo de ello se añadirán mayores costos logísticos, si la responsabilidad es mayor (definición de riesgos y responsabilidades del comprador y vendedor), etc.

Tabla 58. Principales precios a nivel mundial de la partida 091030

Importadores	2014	2015	2016	2017	2018	valor importado en 2018, Dólar Americano miles	cantidad importada en 2018, Toneladas
	Valor unitario importado, Dólar Americano/Toneladas	Valor unitario importado	Valor unitario importado, Dólar Americano/Toneladas	Valor unitario importado, Dólar Americano/Toneladas	Valor unitario importado, Dólar Americano/Toneladas		
India	1411	1477	1677	1715	1415	44417	31393
Estados Unidos de América	3557	3730	3864	3742	3933	37964	9653
Irán, República Islámica del	1185	1331	1385	1237	1222	23994	19634
Reino Unido	1925	1949	2262	2421	1963	14357	7315
Marruecos	1205	1375	1498	1271	1326	12894	9723
Alemania	2252	2370	2507	2665	2696	12212	4530
Malasia	1282	1417	1533	1472	1469	11694	7962
Japón	2207	2256	2420	2429	2265	9383	4143
Emiratos Árabes Unidos	814	971	1075	1025	1253	8868	7076
Sri Lanka	1115	1411	1955	1384	1267	7672	6055
Países Bajos	1766	1996	2481	2243	2165	7539	3482

En la tabla N.º 58 se observan los precios por tonelada de la partida 091030 y los principales mercados importadores hasta el año 2018 a nivel mundial.

Tabla 59: Principales precios de las exportaciones peruanas de la partida 0910300000

(Precio por kilogramos en dólares)

	2014	2015	2016	2017	2018
--	------	------	------	------	------

Importadores	Valor unitario, Dólar Americano/Kilograms				
Países Bajos	2,15	3,13	2,28	3,07	2,25

Tabla 60: Principales precios de empresas peruanas que exportan en la partida 0910300000

(Precio por unidad en dólares)

Razón Social	Descripción Comercial 1	Precio
INVERSIONES LA MINGA E.I.R.L.	CURCUMA EN POLVO	11.77

Determinación de precios

- Costos directos

Tabla 61: Costo de producto tercerizado

(Expresado en soles)

Producto	Costos	Cantidad	Costo por envío	Costo anual
Costo de producto tercerizado (unidad)	1.50	5,184.00	7,776.00	93,312.00
Materia Prima (kilogramos)	7.50	1,364.21	10,231.58	122,778.95
Transporte del maquilador hacia almacén (kilogramos)	0.06	2,202.48	129.73	1,556.71
TOTAL INSUMOS EN PRODUCTOS			18,137.31	217,647.66

Costo unitario cuanto me valor producir la unidad

Tabla 62: Costos de exportación

(Expresado en soles)

Descripción	Costo unitario	Costo por Envió	Costo Anual
Seguro de carga	314.96	314.96	3,779.54
Servicio de transporte recojo	283.90	283.90	3,406.80
Embalaje	601.20	601.20	7,214.40
Gastos de Almacén	961.92	961.92	11,543.04

Gastos operativos	83.50	83.50	1,002.00
precintos	50.10	50.10	601.20
Servicios de Consolidación	259.72	259.72	3,116.62
Agenciamiento de Aduanas	300.60	300.60	3,607.20
Transporte - Embalaje	116.90	116.90	1,402.80
Envases	0.80	4,147.20	49,766.40
caja cartón corrugado	0.70	201.60	2,419.20
Transferencia Bancaria	80.16	80.16	961.92
TOTAL		7,401.76	88,821.12

➤ Costos indirectos

Tabla 63: Gasto de personal

(Expresado en soles)

Descripción	N° de empleados	Remuneración	Pago mensual	Pago anual	Vacaciones	Sub total	ESSALU D 9%	Total anual
Gerente General	1	2,000	2,000.00	23,000.00	1,000	24,000.00	2,160.00	26,160.00
Asistente Logístico	1	1,200	1,200.00	13,800.00	600	14,400.00	1,296.00	15,696.00
Asistente Comercial	1	1,200	1,200.00	13,800.00	600	14,400.00	1,296.00	15,696.00
Asistente Almacén	1	475	475.00	5,700.00	0	5,700.00	513.00	6,213.00
TOTAL	4							63,765.00

Tabla 64: Gastos fijos

(Expresado en soles)

Descripción	Mensual	Anual
Pago de alquiler de local 100 metros.	1,000.00	12,000.00
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	250.00	3,000.00
Total, Gastos fijos	1,250	15,000

Tabla 65: Gastos administrativos

(Expresado en soles)

Materiales de oficina	Costo unitario	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Hojas bond (millar)	10.00	1	10.00	60.00
Archivadores (unidades)	4.00	8	32.00	64.00
Lapiceros (cajas)	6.00	2	12.00	24.00
Lápices (caja)	5.00	1	5.00	5.00
Perforador (unidades)	5.00	3	15.00	15.00
Engrapador (unidades)	6.00	3	18.00	18.00
Control de calidad	475.00	1	475.00	5,700.00
Contabilidad	200.00	1	200.00	2,400.00
Total, gastos administrativos			767.00	8,286.00

Tabla 66: Gastos de ventas

(Expresado en soles)

Descripción	Total
Página web	400.00
Espacio en la feria (Stand)	10020.00
Decoración del Stand	2500.00
Pasaje Aéreo	2505.00
Hospedaje	1002.00
Movilidad	167.00
Alimentación	501.00
Merchandising (folletos, tarjetas, regalos) + Muestras	2500.00
Google AdWords	1800.00
Rueda de negocio	1200.00
Comisionista	6000.00
Gasto de venta total	28595.00

Tabla 67: Costos fijos

(Expresado en soles)

Gasto de personal	63,765.00
Materiales indirectos	327.00
Gastos fijos	15,000.00
Gastos administrativos	8,286.00
Gasto de ventas	28,595.00
Costo fijo Total	115,973.00

En la tabla N° 67 se aprecia los costos fijos en los que incurrirá la empresa. Son aquellos costos que NaturCur Bio S.A.C. deberá pagar independientemente de su nivel operativo, lo cual significa que debe cumplir con ellos, realice o no comercio. Estos se constituyen por gastos de personal, materiales indirectos, gastos fijos, gastos administrativos y gasto de ventas con un total de 115, 973.00 soles para el primer año.

Tabla 68: Costos variables

(Expresado en soles)

Costo de producto	217,647.66
Costo de exportación	88,821.12
Costo variable total	306,468.79

Tabla 69: Costos totales

(Expresado en soles)

Costo Fijo	Costo variable	Costo Total
115,973	306,469	422,442

Se puede observar en la tabla N° 69, el costo total en el que incurrirá la empresa. El costo total de NaturCur Bio S.A.C está conformado por la suma del costo fijo y costo variable, haciendo un total de 422,442.00 para el primer año.

Tabla 70: Estructura de precio

(Expresado en soles)

Costo directos	
Costos del producto	217,647.66
Costos indirectos	
Gasto de personal	63,765.00
Materiales indirectos	327.00
Gastos indirectos	15,000.00
Gastos operacionales	
Gastos administrativos	8,286.00
Gasto de ventas	28,595.00

Total costo	333,620.66
Empaque y envase	52,185.60
Embalaje y unitarización	7,214.40
Valor EXW	393,020.66
Seguro de carga	3,779.54
Servicio de transporte recojo	3,406.80
Gastos de Almacén	11,543.04
Gastos operativos	1,002.00
precintos	601.20
Servicios de Consolidación	3,116.62
Agenciamiento de Aduanas	3,116.62
Transporte - Embalaje	1,402.80
Transferencia Bancaria	961.92
Costo total FOB	421,951.21
Margen de ganancia	13.5%
Valor FOB	487,804.86
Precio Fob unitario	S/. 7.84
Precio Fob unitario en dólares	\$ 2.35

Tabla 71. Costo unitario

CVU	4.93
CFU	1.86
Costo unitario	6.79
Margen de ganancia	13.5%
Valor de venta	7.85
IGV	0.00
Precio de venta FOB	7.85

5.1.2 Cotización Internacional

Al establecer contacto con el comprador, se deberá pactar acuerdos respecto a la transacción, estos son: la cantidad de producto que comprará, los plazos de entrega e Incoterm, formas de pago, entre otros. Estos temas se coordinarán vía correo electrónico, también se entablará contacto vía telefónico con el comprador, pero todo acuerdo quedará notificado vía correo.

Después de realizar el primer contacto, se acordará con el comprador que la cotización será remitida en Incoterm FOB 2010 ®, la forma de pago será a través de carta de crédito irrevocable confirmada y a la vista.

Finalmente, cuando la cotización es aceptada con las condiciones acordadas por el cliente, se procederá al envío de la orden de compra, iniciando de esta manera con el despacho de las mercancías en el plazo estipulado.

A continuación, se presenta un modelo de cotización en base a lo acordado con el cliente:



NATURCUR BIO

Jr. Las esmeraldas MZ B6 Lote 35
Urb. Santa Anita – Santa Anita
Lima - Perú
Teléfono: (51-1) 469 3001
www.naturcur.com

Lima 14 de Setiembre de 2019
Señores

Oriental Enterprise Tong Fong Ámsterdam B.V: (distribuidor)

Atención. - Sr. WC Chin - Manager Product

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

PRODUCTO	:	Cúrcuma en polvo
PRESENTACION	:	Envases de vidrio de 250 gramos
PARTIDA ARANCELARIA	:	0910300000
REGISTRO SANITARIO	:	M1700315NVAPOVG (DIGESA)
CANTIDAD	:	6048 UNIDADES (x envió)
PROPORCION EMBALAJE	:	CAJAS DE CARTON CORRUGADO L: 20CM x A: 20CM x H: 18 CM
PRECIO FOB CALLAO	:	US \$ 2.35 x Envase
FORMA DE PAGO	:	(transferencia).
MODO DE TRANSPORTE	:	MARITIMO (SIN TRANSBORDO)
PUERTO DE EMBARQUE	:	CALLAO – PERU
VALIDEZ DE LA OFERTA	:	30 DIAS

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

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

Atentamente.
Jose Luis Nuñez Calderon.
GERENTE COMERCIAL

Figura 41: Modelo de cotización de NaturCur BIO S.A.C

Fuente: Elaboración propia

En la figura N° 41, se expone el modelo de cotización enviado Oriental Enterprise Tong Fong, ubicada en De Flinsstraat 10, Amsterdam-Duivendrecht, Municipio de

Ouder-Amstel, Región de Amsterdam, Zona industrial de Amstel- Países bajos donde se señala la cantidad del producto que se exportará en el primer envío, después se mantendrán las mismas cláusulas para envíos durante todo el año.

5.2 Contrato de compra venta internacional y sus documentos

5.2.1 Contrato de compra venta internacional

El contrato de compra y venta internacional es un acuerdo entre partes en donde existe un objeto de negocio implicando cláusulas que ambas partes tendrá que cumplir los términos y/o cláusulas que se estipulan entre ambas partes y existe una resolución de esta cuando existe una controversia. Según la Introducción de contrato de compra y venta internacional

Según (Plan Cameral de las Exportaciones, 2018) el contrato de compra venta internacional es aquella operación bilateral en que una de las partes (vendedor) se obliga a entregar a la otra (comprador) una cosa a cambio de un precio cierto en dinero o signo que lo represente.

La característica fundamental que otorgará al contrato la categoría de internacional será el hecho de que ambas partes deberán pertenecer a Estados distintos.

Para el presente caso el contrato se realizará entre la empresa NATURCUR BIO SAC de Perú y la empresa Oriental Enterprise Tong Fong Amsterdam BV, sucursal en Ámsterdam en Holanda y el producto a comercializar es cúrcuma en polvo.

5.2.2 Negociación de condiciones de compra venta

La empresa NaturCur Bio S.A.C. fijará contratos de negociación, con el fin de planificar las futuras ventas constituyendo una relación de negocios con el cliente, que se renueve a lo largo del tiempo con el objetivo de lograr la confianza por parte de nuestro comprador.

Tabla 72: Información del plan para elaboración del contrato internacional

Aspectos de la Compraventa Internacional	Información del Plan de Negocios
Las Partes	Exportador: NATURCUR BIO S.A.C Importador: Oriental Enterprise Tong Fong Amsterdam BV
La Vigencia del contrato	Aplica por cada embarque. Plazo máximo por 1 año.
La Mercancía	Cúrcuma en polvo
La Cantidad	Total, de unidades: 5184
El Envase	Envase de vidrio de 250 gramos
El Embalaje	Cajas de cartón corrugado
El Transporte	Marítimo
La Fecha Máxima de Embarque	23 días
Lugar de Entrega	Rotterdam, Holanda
El Incoterm	FOB Callao
Los Gastos	A cuenta del importador
La Transmisión de los Riesgos	Por parte del exportador la responsabilidad culmina a bordo del buque elegido por el comprador en el puerto convenido.
El Seguro	Por cuenta del importador.
Moneda de Transacción	Dólares
Precio	PRECIO FOB unitario USD 2.35 PRECIO FOB mensual \$ 12,170.78 (cantidad de envío por precio) PRECIO FOB ANUAL \$ 146,049.36
Forma de Pago	T/T 30% al inicio y 70% contra entrega de documentos
Medio de Pago	Transferencia bancaria
La Documentación	Factura comercial, Packing List, B/L, cotización y certificación de Digesa.
Lugar de Fabricación	Perú
Arbitraje	Todas las partes se someten a la decisión inapelable de un Tribunal Arbitral, en caso exista controversia o desacuerdo entre las partes que se derive de la interpretación o ejecución del presente acuerdo (Convención de Viena).

Fuente: Elaboración propia

5.2.3 Elaboración de contratos adecuados al plan de negocios

El contrato de compraventa internacional que ejecutará la empresa NaturCur Bio S.A.C. será de acuerdo con las condiciones de la Convención de Viena. Así mismo, este contrato será revisado y aprobado previamente por el importador antes de la emisión final.

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Por medio del presente se hace constar, que se suscribe por triplicado con igual tenor y valor, el Contrato de Compra Venta que celebran NaturCur Bio S.A.C., empresa constituida bajo las leyes de Perú, inscrita en la ficha 1840493 en el Registro de Empresas, señalando domicilio para efectos del presente contrato en la Jr. Las esmeraldas MZ B6 Lote 35 Urb. Santa Anita – Santa Anita Lima - Perú, debidamente representada por el Sr. Jose Luis Nuñez Calderon, identificado con DNI: 71587338 (a quien en adelante se le denominará “El Vendedor”); y, de la otra parte, Oriental Enterprise Tong Fong Amsterdam BV, señalando domicilio para efectos del presente contrato en De Flinesstraat 10 - Amsterdam-Duivendrecht- Amsterdam – Paises Bajos, a quien en adelante se le denominará “El Comprador”, en los términos y condiciones siguientes:

GENERALIDADES

CLAUSULA PRIMERA:

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

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

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

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

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

- 2.1. Es acordado por las Partes que EL VENDEDOR venderá el siguiente producto: Cúrcuma en polvo, 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 en un periodo de 20 días luego de recibidas las órdenes de compra debidamente firmadas por el comprador y habiendo efectuado el primer pago.

PRECIO

CLAUSULA CUARTA:

Las partes acuerdan el precio de US\$ \$ 146,049.36 anual y por precio unitario FOB de USD 2.35 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 Callao (“Free on board”) por vía marítima.

CONDICIONES DE PAGO

CLAUSULA QUINTA:

Como resultado de la valorización de la mercancía, el precio pactado por unidad es de US\$ 2.35 dólares americanos y la cantidad pactada para el primer embarque es de 5184 unidades dando un monto de USD \$12,170.78 el cual será cancelado por “El Comprador” a través de crédito documentario.

La Transferencia estará a cargo por el Banco de crédito del Perú, que incluye los intereses compensatorios a una Tasa Efectiva Mensual de 3.5%.

Ambas partes dejan expresa constancia de que el precio pactado por la adquisición de la mercancía, materia del presente contrato equivale al valor de estas, renunciando en forma irrevocable al ejercicio de cualquier acción o pretensión que tenga por objeto cuestionar dicho precio.

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 POR CIENTO (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 pagado del precio por parte de **EL COMPRADOR**.

TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

CLAUSULA OCTAVA:

Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS acordado: FOB 2010.

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.
- 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:

Todas las partes se someten a la decisión inapelable de un Tribunal Arbitral, en caso exista controversia o desacuerdo entre las partes que se derive de la interpretación o ejecución del presente acuerdo. Dicho tribunal estará compuesto por tres miembros, uno de los cuales será nombrado por cada una de las partes y el tercero será designado por los árbitros así nombrados. Si no existiera acuerdo sobre la designación de este tercer árbitro o si cualquiera de las partes no designase al suyo dentro de los diez días de ser requerida por la otra parte, el nombramiento correspondiente será efectuado por la Cámara de Comercio de Lima.

El arbitraje será de derecho y se sujetará a las normas de procedimiento establecidas por el Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Lima.

Cualquier divergencia derivada o relacionada con el presente contrato se resolverá definitivamente con el Reglamento de Conciliación y Arbitraje de la 81 Cámara de Comercio Internacional por uno o más árbitros nombrados conforme a este Reglamento.

Toda cuestión relacionada con el presente contrato que no esté expresa o tácitamente establecida por las disposiciones de este Contrato se regirá por los principios legales generales reconocidos en comercio internacional, con exclusión de las leyes nacionales.

ENCABEZADOS

CLAUSULA DECIMO CUARTA:

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

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 15 Días del mes de Setiembre 2019.

.....

.....

EL VENDEDOR

EL COMPRADOR

COMMERCIAL INVOICE								
Exporter: NATUR CUR BIO S.A.C domiciliado en calle Las Esmeraldas Mz B Lte 35 - Santa Anita, Lima - Perú			Invoice No. & Date: EXP 010/01-2018 16-JAN-2019					
			Buyers Order No. & Date: IMP200 01-sep-2019		Proforma			
			Other reference (s):		Bill of leading (B/L) No. & Date:			
Consignee: Oriental Enterprise Tong Fong Amsterdam BV De Flinesstraat 10 - Amsterdam Duivendrecht- Amsterdam - Paises Bajos			Buyer (if other than consignee):					
Pre-carriage By SEA		Place of Receipt		Country of origin PERU		Country of destination NETHERLANDS		
				Payment Terms: T/T 30 % at the beginning and the other 70 % from the date of Bill of Lading				
Sea Details		Port of Loading CALLAO SEA PORT						
Port of Discharge ROTTERDAM SEA PORT		Final Destination ROTTERDAM						
Boxes Marks	Numbering of the boxes	Number of Boxes	Description of Goods	Quantity	Presentation	FOB Price USD	Total FOB USD	
NATUR CUR BIO S.A.C	1 to	336	Curcuma (tumeric) en polvo	6,048	Units	2.61	15,785.28	
		336					TOTAL CIF	15,785.28
AMOUNT CHARGEABLE (IN WORDS): Fifteen thousand seven hundred eighty-five 00/100 dollars								
Manufacturer: Iconix Brand Group Inc						Freight	0.00	
Total Net Wt:		Total Shipper: 336.000				Insurance	0.00	
Total Gross Wt:		Total CBM:				TOTAL FOB	15,785.28	
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								

Figura 42: Factura comercial de exportación

Fuente: Elaboración propia

5.3 Elección y aplicación del Incoterm

Para la exportación de cúrcuma en polvo, NaturCur Bio S.A.C. utilizará el Incoterm FOB 2010 ®, es decir que el vendedor entrega la mercadería en el buque designado por el importador en el puerto de embarque designado. El riesgo de pérdida o daño a la mercancía se transmite cuando la mercancía está a bordo del buque y el importador corre con todos los costos desde ese momento en adelante.

Según (Incoterms y Comercio Internacional, 2018) Por FOB 2010 ® (“Franco a Bordo”) encontramos un incoterm mediante el que vendedor hace la entrega de la mercancía despachada de exportación a bordo del buque, que estará atracado en el puerto de embarque convenido. Asimismo, el comprador soporta todos los costes y riesgos de daño o pérdida desde ese lugar.

A continuación, se muestra una tabla resumen de las responsabilidades del vendedor y comprador según FOB.

Tabla 73: FOB responsabilidades vendedor y comprador

INCOTERM	FOB
Embalaje	V
Carga en fábrica	V
Antes de la entrega de la mercancía al transportista	V
Aduana exportación	V
Manutención al partir	V
Transporte principal	C
Seguro de transporte	C
Manutención al llegar	C
Aduana importación	C
Al finalizar la ruta	C
Descarga fábrica	C

Fuente: Elaboración propia

Según se aprecia en la tabla N° 73, las responsabilidades del vendedor llegan hasta la “manutención al partir”, luego de esto es el comprador quien asume todos los gastos como el transporte principal, seguro de transporte entre otros.

5.4 Determinación del medio de pago y cobro

5.4.1 Elección de medios de pago

El medio de pago a utilizarse es el T/T 30% al inicio del contrato y el 70% restante a la fecha del embarque, ya que como se menciona anteriormente, se trata de una empresa que está iniciando sus labores, es oneroso utilizar otros medios de pago, de esta manera minimizamos riesgos ante un incumplimiento de pago.

Tabla 74. Ventajas y Desventajas de la Transferencia Interbancaria

	VENTAJAS	DESVENTAJAS
EXPORTADOR	El pago de los bienes se recibe anticipadamente	Los pagos internacionales pueden tardar mucho tiempo y ellos hace que se retrase la venta o el despacho
IMPORTADOR	Riesgo alto de no recibir los bienes	

Fuente: Elaboración propia

Los costos de la Emisión de una Transferencia al Exterior

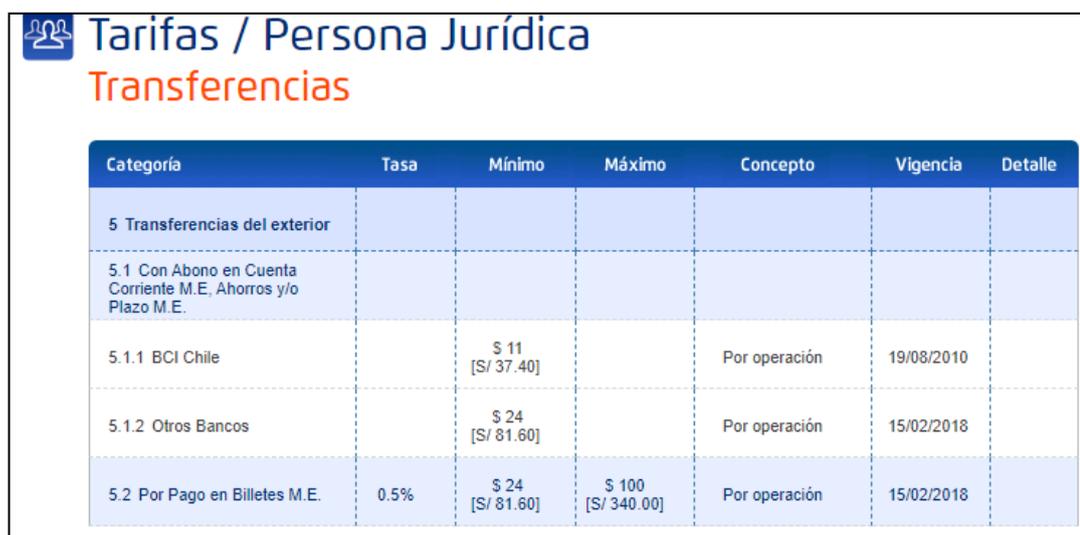
En la Tabla N° 74 se presenta información respecto a las comisiones respecto al banco elegido.

Tabla 75: Comisiones Banco de crédito del Perú – BCP por la emisión de una Transferencia al Exterior.

Banco de crédito	
Swift	\$24 - S/ 81.60

Fuente: Banco BCP

Elaboración: propia



Tarifas / Persona Jurídica
Transferencias

Categoría	Tasa	Mínimo	Máximo	Concepto	Vigencia	Detalle
5 Transferencias del exterior						
5.1 Con Abono en Cuenta Corriente M.E, Ahorros y/o Plazo M.E.						
5.1.1 BCI Chile		\$ 11 [S/ 37.40]		Por operación	19/08/2010	
5.1.2 Otros Bancos		\$ 24 [S/ 81.60]		Por operación	15/02/2018	
5.2 Por Pago en Billetes M.E.	0.5%	\$ 24 [S/ 81.60]	\$ 100 [S/ 340.00]	Por operación	15/02/2018	

Ilustración 43 . Tarifas / Persona Jurídica

Fuente: (BANCO DE CREDITO DEL PERU, 2019)

5.5 Elección del régimen de exportación

Resumen del régimen de exportación definitiva

La empresa NaturCur Bio S.A.C. se acogerá al régimen de exportación definitiva según base legal de la LGA Art.60 al Art. 63 ya que, según SUNAT, es el régimen aduanero que permite la salida de mercancías nacionales para su consumo en el exterior y que superan los US\$ 5,000 en el monto exportado en donde se va a requerir los servicios de una Agencia de Aduanas.

Existen algunos aspectos que hacen que la exportación definitiva sea recomendable para la empresa:

- La exportación de mercancías no está afectas a pago alguno de tributos.

- La destinación aduanera la solicita el despachador de aduana en representación del exportador para acogerse al régimen ya mencionado.
- El embarque de las mercancías de exportación podrá efectuarse por una aduana distinta a aquella en la que se numeró la DAM, para lo cual, el despachador de aduana deberá transmitir el código de la intendencia de aduana de salida.
- La exportación definitiva puede amparar embarques parciales los cuales están sujetos a reconocimiento físico y documentario, siempre que éstos se efectúen de un exportador a un único consignatario, y que los embarques se realicen por la misma aduana de numeración de la DAM dentro del plazo de treinta (30) días calendarios contados a partir del día siguiente de numerada la DAM.

5.6 Gestión aduanera del comercio internacional

Según el procedimiento DESPA-PG.02 versión 6 de (SUNAT, 2019) a continuación se presenta la descripción de los trámites para realizar la exportación definitiva:

1. Numeración de la DAM: El despachador de aduana transmite electrónicamente la información de los datos provisionales contenidos en la DAM a la Intendencia de Aduana en cuya jurisdicción se encuentra la mercancía. La Aduana llevará a cabo los siguientes pasos:
SIGAD: Convalida información, genera el número de DAM y deja expedita la mercancía para ser ingresada a Zona Primaria.
2. Ingreso de mercancías a zona primaria: El despachador de aduana ingresa la mercancía a un depósito temporal donde será embarcada para su exportación, ubicado en cualquier puerto, aeropuerto o terminal terrestre, como requisito previo a la selección del canal de control de la DAM.
 - a) Excepciones del ingreso de mercancías a zona primaria:
 - b) Perecibles que requieran un acondicionamiento especial; o
 - c) Peligrosas tales como: explosivas, inflamables, tóxicas, infecciosas, radioactivas, corrosivas.
 - d) Maquinarias de gran peso y volumen
 - e) Animales vivos

- f) A granel en cualquier estado
 - g) Otras que a criterio de la autoridad aduanera califiquen para efectos del presente numeral.
3. Transmisión de los datos de la recepción de la carga por el depósito temporal y selección del canal de control: El depósito temporal debe transmitir la información de la recepción de la mercancía dentro de las dos (02) horas contadas a partir de lo que suceda último:
La recepción de la totalidad de la mercancía; o la presentación de la DAM por el despachador de aduana. El SIGAD la valida y asigna el canal de control (rojo o naranja).
4. Reconocimiento físico: El despachador de aduana solicita el reconocimiento físico, presentando:
La DAM canal rojo; y autorizaciones especiales en original, de corresponder. La atención del reconocimiento físico se realiza las 24 horas del día.
Se efectúa en presencia del exportador y/o despachador y/o representante del almacén.
El Especialista u Oficial determina aleatoriamente las mercancías seleccionadas a reconocer físicamente.
Producto del reconocimiento físico, pueden presentarse dos situaciones:
- Reconocimiento físico sin incidencia.
 - Reconocimiento físico con incidencia: Diferencia de mercancías consignadas y encontradas.
5. Control de embarque: Los terminales de almacenamiento son responsable del traslado y entrega de la mercancía al transportista, este a su vez verifica el embarque de la mercancía y anota en la casilla 14 de la DUA, la cantidad de bultos, peso bruto total, fecha y hora en que terminó el embarque para concluir con el sello y firma.
El terminal de almacenamiento permitirá el embarque de las mercancías en situación de levante autorizado. Esta condición la obtienen DAM con canal naranja y DAM con canal rojo debidamente diligenciadas.

El embarque debe efectuarse dentro de los treinta días calendario posterior a la numeración de la declaración.

6. La administración aduanera mediante técnicas de análisis de riesgos determina cuales declaraciones se regularizan.

Con la sola aceptación de la transmisión de la información complementaria y de los documentos digitalizadas.

Con la presentación física de la DAM y documentaciones que sustentaron la exportación a conformidad de la autoridad aduanera.

La regularización se debe efectuar dentro de los treinta días calendario posterior a la fecha del término del embarque

5.7. Flujograma de exportación

1. Transmisión de Datos provisionales de la DAM.
2. El SIGAD valida los siguientes datos: RUC del exportador, subpartida nacional del producto a exportar, descripción de la mercancía a exportar, país de destino final, almacén, cuando corresponda, nombre y domicilio del consignatario, autorización.
3. Si la información es conforme, el SIGAD genera automáticamente el número correspondiente de la DAM
4. Despachador de Aduana imprime la DAM.
5. La mercadería ingresa al depósito temporal. Esta actividad es un requisito previo e importante para la selección del canal de control de la DAM.
6. Concluida la recepción total de la mercancía, el almacenero elabora un registro electrónico donde se consigne la fecha y hora del ingreso total de la mercancía.
7. Se ejecuta la transmisión por vía electrónica de la información de la recepción de la mercancía. El plazo como máximo es de 2 horas computadas a partir del momento en el que el despachador de aduana presenta la DAM al almacenista.
8. El SIGAD valida la información transmitida.
9. Se asigna el canal (naranja o rojo)
10. El almacenero debe estampar el sello de admitido o ingresado en la DAM.
11. Si el canal asignado es canal rojo, el reconocimiento físico se efectúa en presencia del exportador y/o despachador de aduana y/o representante del

almacén. El reconocimiento de la mercadería puede ser total o parcial de forma aleatoria.

- 12.** Las mercancías deben ser embarcadas dentro de los 30 días calendario contados a partir del día siguiente la fecha de numeración de la DAM (numerada con datos provisionales).

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

PROCESO DE EXPORTACION DEFINITIVA

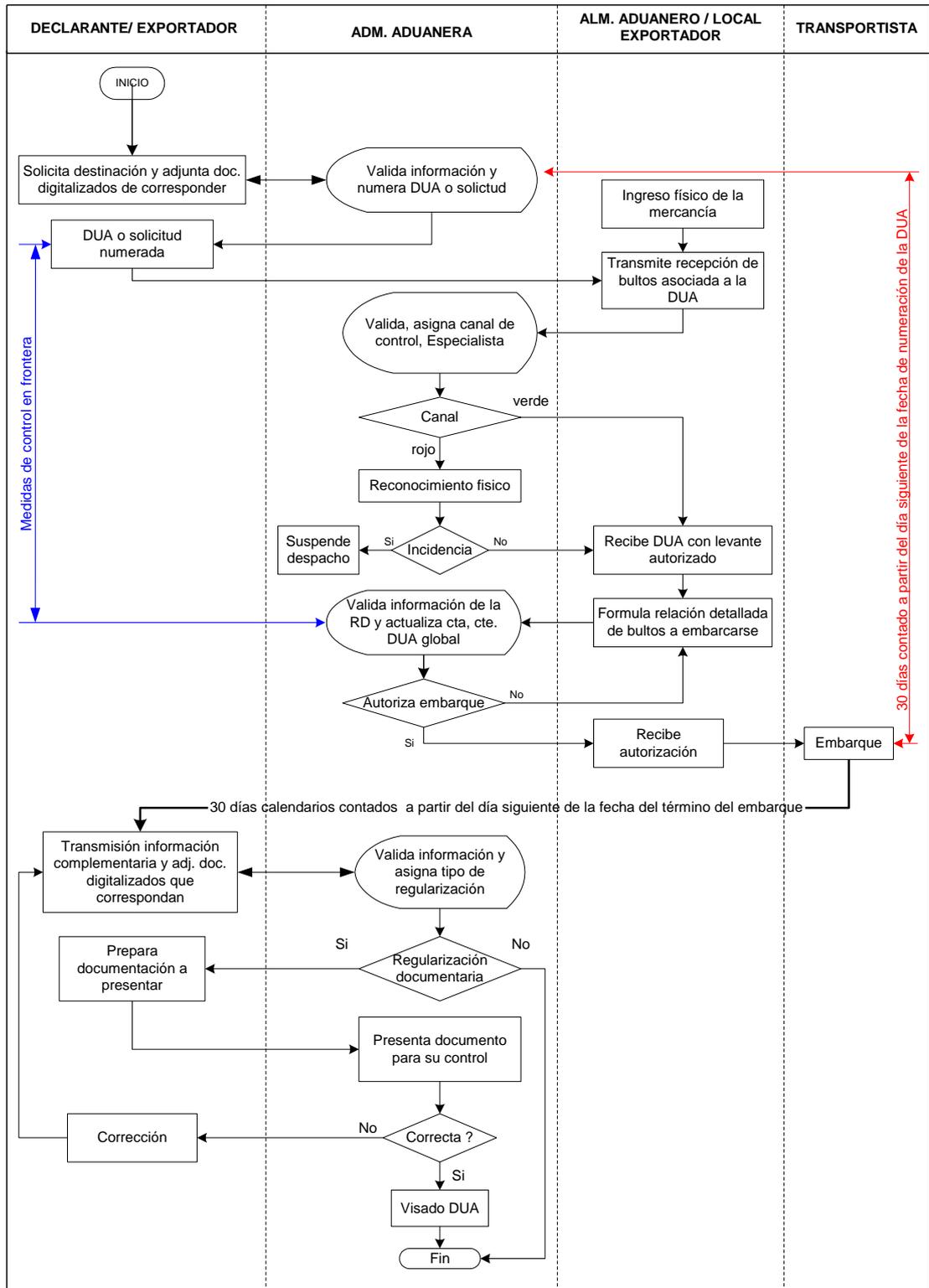


Ilustración 44. Proceso de exportación Definitiva

Fuente: (SUNAT, 2019)

En la figura N°44 se puede visualizar todo el proceso para realizar la exportación definitiva, se pueden apreciar los cuatro actores principales en la exportación como son: el declarante/exportador, el administrador aduanero, almacén aduanero y el transportista.

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

La gestión de operaciones de producción del bien o servicio se dará de la siguiente forma para un mejor entendimiento de las operaciones realizadas hasta el despacho del producto al mercado de destino y será la siguiente

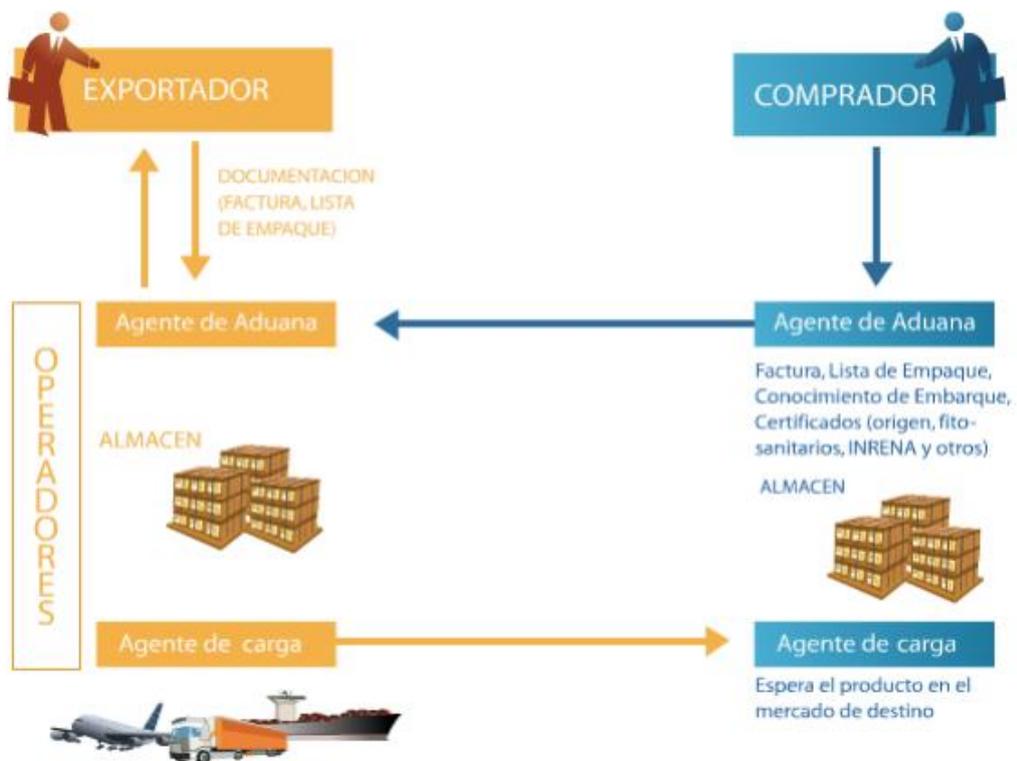


Ilustración 45. Flujo de operaciones

Fuente: Elaboración Propia

DIAGRAMA DE FLUJO DE EXPORTACION

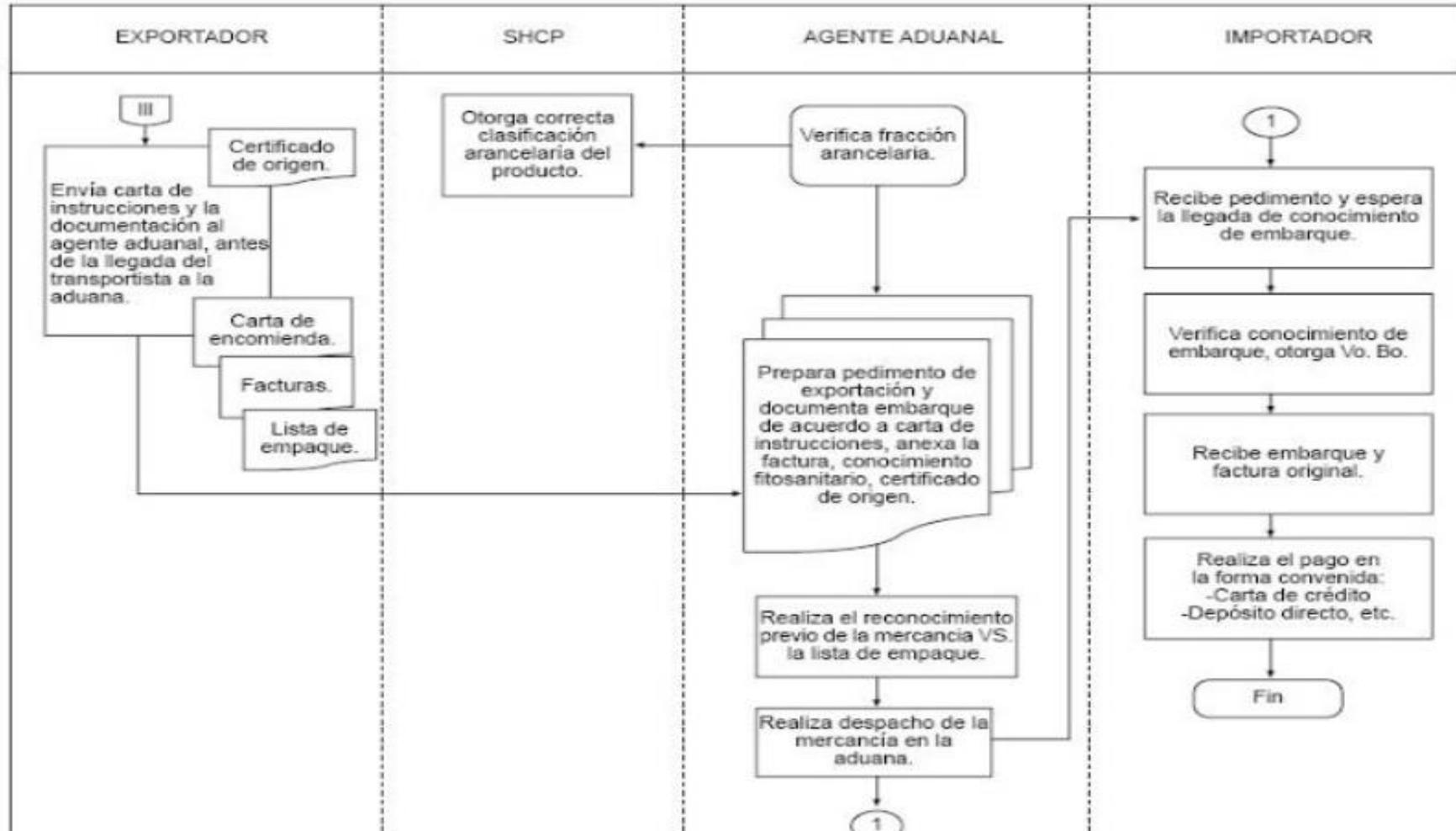


Ilustración 46. diagrama de flujo de exportación

Fuente: (SUNAT, 2019)

6.- PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1 Inversión Fija

La inversión fija de la empresa NaturCur Bio S.A.C. está conformada por todos los activos tangibles (elementos físicos), activos intangibles (elementos que no son físicos) y el capital de trabajo.

6.1 1 Activos tangibles

Se puede observar que la inversión de los activos tangibles está conformada por los muebles, enseres y equipos. Estos pasaran a ser parte de la empresa tras el resultado de una compra previa, representando así beneficio económico.

Tabla 76. Activos tangibles

Expresado en soles

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo
Muebles y enseres			
Escritorios	3	150.00	450
Sillas giratorias	4	50.00	200
Implementación INDECI	1	1400.00	1,400
Estante de madera	5	200.00	1,000
Mesas (mesa de centro y comedor)	2	350.00	700
Equipos			
Computadoras	4	1300.00	5,200
Ventiladores	3	75.00	225
Impresora Multifuncional	1	1000.00	1,000
Microondas	1	250.00	250
Costo de equipos y maquinarias			10,425

Fuente: Elaboración propia

En la tabla, se observa la inversión en la cual la empresa debe incurrir para sus bienes tangibles, las cantidades de cada activo está en relación con el tamaño de la empresa, personal de trabajo y de acuerdo con la actividad comercial de la empresa. El total de estos costos es S/10,425.00 soles.

Si bien estos bienes generan beneficios económicos para la empresa las utilidades de estos van depreciándose con el pasar de los años. La empresa ha mencionado como se dará la depreciación de estos activos con el pasar de los próximos 5 años. A continuación, se muestra el cuadro de depreciación de activos tangibles.

Tabla 77. Depreciación de activos tangibles

Expresado en soles

Concepto / Periodo	Valor inicial	Tasa Anual	1	2	3	4	5
Computadoras	5,200.00	25%	1300.00	1300.00	1300.00	1300.00	0.00
Impresora Multifuncional	1,000.00	25%	250.00	250.00	250.00	250.00	0.00
Ventiladores	225.00	20%	45.00	45.00	45.00	45.00	45.00
Microondas	250.00	20%	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
Muebles y enseres	3,750.00	10%	375.00	375.00	375.00	375.00	375.00
Total			2020.00	2020.00	2020.00	2020.00	470.00

Concepto / Periodo	Depreciación acumulada	valor residual
Computadoras	5200.00	0
Impresora Multifuncional	1000.00	0
Ventiladores	225.00	0
Microondas	250.00	0
Muebles y enseres	1875.00	1875
Total	8550.00	1875

Fuente: SUNAT

En la tabla 77 se visualiza que los activos como computadoras e impresoras por ser procesadores de datos tienen una tasa anual de depreciación más alta que los demás activos 25%, mientras que los demás activos tienen la tasa de 10%. El total del valor Residual es de S/ 1,875.00

6.1.2 Activos intangibles

Los activos intangibles son aquellos bienes que no se pueden ver pero que se encuentran dentro de la organización. Éstos están conformados por costos que la

empresa debe incurrir para el funcionamiento de la empresa y están conformados por activos de constitución de la empresa, registro de marca, diseño de página web, certificado de DIGESA, análisis de mercado, inscripción de licencia de funcionamiento y defensa civil, Estos activos son muy importantes para el correcto funcionamiento de la empresa bajo la ley. A continuación, se muestran los bienes detallados.

Tabla 78. Activos Tangibles

Expresado en soles

Descripción	Vida útil	Costo
Diseño de página web (estimación)	10 años	1000.00
Marca	10 años	583.80
Constitución de empresa	indeterminada	706.56
Licencia de funcionamiento verificar tiempo	indeterminada	36.30
Certificado de DIGESA	1 año	48.00
Inversión intangible		2374.66

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N.º 78 se observa la inversión en activos intangibles que se va a realizar con el propósito de iniciar actividades que va desarrolla la empresa desde la constitución de la empresa y los diversos permisos que va a necesitar para su funcionamiento tanto el establecimiento y los permisos que necesita el producto.

Tabla 79. Amortización de activos intangibles

Expresado en soles

Cuadro de Amortización de Activos Intangibles							
Concepto / Periodo	Valor inicial	Tasa Anual	1	2	3	4	5
Amortizaciones intangibles	2374.66	20%	474.93	474.93	474.93	474.93	474.93
Acumulado			474.93	949.86	1,424.80	1,899.73	2,374.66

Fuente: SUNAT

En la tabla N 79, se visualiza que el total de Activos Intangibles se amortizan a la tasa

del 20% por año, esta tasa es establecida por la SUNAT, tras una clasificación de estas. Finalmente se puede observar que en el periodo de 5 años esta se amortiza a una cantidad de S/ 474.93 por año.

6.2. Capital de Trabajo

El capital de trabajo es la capacidad que la empresa tiene para llevar a cabo sus actividades en un tiempo determinado así venda o no. En la siguiente tabla se mencionan todos los costos que se incurrirán como capital de trabajo por un ciclo operativo de 3 meses.

Tabla 80 Capital de trabajo

Expresado en soles

Capital de trabajo en soles			
Concepto	Costo unitario	Costo mensual	Costo trimestral
Total, capital de trabajo		68,732	124,317
Capital de trabajo		58,732	114,317
Caja		10,000	10,000
Costo de producto tercerizado		18,137.31	54,411.92
Costo de producto tercerizado (unidad)	1.50	7,776	23,328
Materia Prima (kilogramos)	7.50	10,232	30,695
Transporte del maquilador hacia almacén (kilogramos)	0.06	130	389
Gasto de personal		4,875.00	14,625.00
Gerente General	2,000	2,000	6,000
Asistente Logístico	1,200	1,200	3,600
Asistente Comercial	1,200	1,200	3,600
Asistente Almacén	475	475	1,425
Materiales indirectos		53.00	120.00
Recogedor (unidad)	5.00	5.00	5.00
Escoba (unidad)	5.00	5.00	5.00
Jabón líquido (bolsa)	4.50	9.00	27.00
Paños (paquete)	5.00	5.00	10.00
Lejía (galón)	14.00	14.00	28.00
Papel Higiénico (paquete por 6 rollos)	15.00	15.00	45.00
Gastos fijos		1,250.00	3,750.00
Pago de alquiler de local	1,000	1000.00	3,000
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	250	250.00	750

Costo de exportación		3,054.46	9,163.38
Seguro de carga	314.96	314.96	945
Servicio de transporte recojo	283.90	283.90	852
Embalaje	601.20	601.20	1,804
Gastos de Almacén	961.92	961.92	2,886
Gastos operativos	83.50	83.50	251
precintos	50.10	50.10	150
Servicios de Consolidación	259.72	259.72	779
Agenciamiento de Aduanas	300.60	300.60	902
Transporte - Embalaje	116.90	116.90	351
Envases	0.80	0.80	2
caja cartón corrugado	0.70	0.70	2
Transferencia Bancaria	80.16	80.16	240
Gastos administrativos		767.00	1,652.00
Hojas bond (millar)	10.00	10.00	20
Archivadores (unidades)	4.00	32.00	32
Lapiceros (cajas)	6.00	12.00	12
Lápices (caja)	5.00	5.00	5
Perforador (unidades)	5.00	15.00	15
Engrapador (unidades)	6.00	18.00	18
Control de calidad	475.00	475.00	950
Contabilidad	200.00	200.00	600
Gastos de ventas		28,595.00	28,595
Página web	400	400	
Espacio en la feria (Stand)	10020	10020	
Decoración del Stand	2500	2500	
Pasaje Aéreo	2505	2505	
Hospedaje	1002	1002	
Movilidad	167	167	
Alimentación	501	501	
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	2500	2500	
Google AdWords	1800	1800	
Rueda de negocio	1200	1200	
Comisionista	6000	6000	
Exigible		2,000.00	2,000
Garantía de local	1,000.00	2000	

Elaboración propia

En la tabla N° 80 se puede observar que al cálculo de la inversión en capital de trabajo que supone calcular cuánto es la inversión necesaria para ser frente los principales egresos operativos fijos hasta que los ingresos puedan cubrir los egresos de los primeros 3 meses y estos se clasifican en costos de producto tercerizado (producción)

gasto de personal (salario del personal) , materiales indirectos (materiales de limpieza y de uso del personal), gastos fijos (alquiler y servicios), costos de exportación, gastos administrativos (útiles de oficina) gastos de ventas (promoción y marketing) y garantía de local. El capital de trabajo servirá para los tres primeros meses que comienza las actividades, dado que, en ese lapso, en caso no haya ventas vamos a utilizar el capital de trabajo para cubrir los costos y gastos en los que incurre la empresa.

6.3. Inversión Total

La inversión total es todo dinero que NaturCur Bio S.A.C. Utilizará para dar inicio a las actividades de la empresa. Esta inversión se puede colocar con aporte propio o también a través de un préstamo bancario y se puede optar por una mezcla de los dos.

Tabla 81. Inversión total

Expresado en soles

Datos de inversión	Inversión
Diseño de página web	1000.00
Marca	583.80
Constitución de empresa	706.56
Licencia de funcionamiento	36.30
Certificado de DIGESA	48.00
Inversión intangible	2374.66
Equipos y maquinaria	6675.00
Muebles y enseres	3750.00
Inversión Tangible	10425.00
Capital de trabajo	124317.30
Inversión Total	
Inversión tangible	10,425.00
Inversión intangible	2,374.66
Capital de trabajo	124,317.30
Total	137,116.96

Elaboración propia

En la tabla N° 81 se detallan las inversiones que se requieren para la comercialización del producto. Los montos están expresados en soles. El total de dinero a invertir en activos tangibles será de S/.10 425.00, la inversión en activo intangible es de S/. 2

374.66 y el capital de trabajo que considera aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar es de un monto de S/. 124,317.30.

Por lo tanto, la inversión total requerida para este proyecto es de S/.137,116.96 Se observa que el mayor porcentaje está representado por el capital de trabajo con unos 90.70% del total, asimismo activos tangibles representan el 7.60 % del total y activos intangible el 1.70% del total.

6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

Tabla 82. Estructura de la inversión

Inversión Total	
Inversión tangible	10,425.00
Inversión intangible	2,374.66
Capital de trabajo	124,317.30
Total	137,116.96

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 82 se vuelve a detallar la inversión total que necesita la empresa para poder asumir sus egresos frente a los ingresos.

Tabla 83. Estructura de inversión y financiamiento

Datos de financiamiento	
% Aporte propio	62%
% Financiado	38%
Préstamo a mediano plazo	52,104
Aporte propio	85,013
Total	137,117

Elaboración propia

En la tabla N° 83, se observa la estructura de financiamiento de la empresa, la cual está constituida por el aporte de capital propio de 62% que es necesario para poder comercializar el producto, con lo cual se deduce que el 38% restante será financiado con un préstamo. El aporte de capital propio es de s/.85,013.00 mientras que el financiado con un préstamo bancario es de S/.52,104.00.

6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito

Tabla 84. Créditos bancarios - Capital de trabajo para microempresas

(Expresado en dólares).

MONEDA NACIONAL	BCP	INTERBANK	BIF	Scotiabank	BBVA Continental
Tasa efectiva anual (capital de trabajo)	20%	42.52%	35%	25%	12% -35%

Fuente: Elaboración propia en base en información del BCP, INTERBANK, BIF, Scotiabank, BBVA.

MONEDA NACIONAL	PROEMPRESA	CONFIANZA	CAJA HUANCAYO
Tasa efectiva anual (capital de trabajo)	75%	75%	27.73%

Tabla 85. Fuentes financieras y condiciones de crédito

(Expresado en Soles)

Préstamo	52,104
Tiempo (mensual)	24
Tasa interés mensual	2.06%
Periodo de gracia con pago de intereses	0
Valor de la Cuota	2,774

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 85 la empresa NaturCur Bio S.A.C. tiene ya las condiciones de crédito en las cuales el banco le detalla que por un préstamo de S/ 52,104.00 soles, el tiempo que podría financiarse sería de 24 meses lo que equivale a 2 años, teniendo un costo

de tasa de interés mensual de 2.06%, lo cual equivale a una TCEA de 27.73% anual. Asimismo, se ha considerado aprovechar el escudo fiscal que este otorgaría, debido que al adquirir préstamos del banco se tendría que pagar intereses como costo del financiamiento, lo cual es deducible del impuesto a la renta.

Tabla 86. Flujo de Caja de Deuda

(Expresado en soles)

Meses	Saldo deudor	Interés	Amortización	Renta	Ahorro tributario	Servicio de deuda
0	52,104				Escudo Fiscal	
1	50,404	1,073.62	1,700.12	2,774	107.36	2,666.38
2	48,669	1,038.59	1,735.15	2,774	103.86	2,669.88
3	46,898	1,002.83	1,770.91	2,774	100.28	2,673.46
4	45,091	966.34	1,807.39	2,774	96.63	2,677.10
5	43,246	929.10	1,844.64	2,774	92.91	2,680.83
6	41,364	891.09	1,882.65	2,774	89.11	2,684.63
7	39,442	852.30	1,921.44	2,774	85.23	2,688.51
8	37,481	812.71	1,961.03	2,774	81.27	2,692.47
9	35,480	772.30	2,001.44	2,774	77.23	2,696.51
10	33,437	731.06	2,042.68	2,774	73.11	2,700.63
11	31,352	688.97	2,084.77	2,774	68.90	2,704.84
12	29,225	646.02	2,127.72	2,774	64.60	2,709.14
13	27,053	602.17	2,171.56	2,774	60.22	2,713.52
14	24,837	557.43	2,216.31	2,774	55.74	2,718.00
15	22,575	511.76	2,261.98	2,774	51.18	2,722.56
16	20,266	465.15	2,308.59	2,774	46.52	2,727.22
17	17,910	417.59	2,356.15	2,774	41.76	2,731.98
18	15,505	369.04	2,404.70	2,774	36.90	2,736.84
19	13,051	319.49	2,454.25	2,774	31.95	2,741.79
20	10,546	268.92	2,504.82	2,774	26.89	2,746.85
21	7,990	217.30	2,556.43	2,774	21.73	2,752.01
22	5,381	164.63	2,609.11	2,774	16.46	2,757.28
23	2,718	110.87	2,662.87	2,774	11.09	2,762.65
24	0	56.00	2,717.74	2,774	5.60	2,768.14

Elaboración propia

En la Tabla N° 86 se observa el flujo caja de deuda del préstamo de la empresa, la cual está constituida por el saldo deudor que es el préstamo que va a ir disminuyendo a medida que se amortice la deuda. La renta que es constante a lo largo del periodo por ser el método de pago francés está constituida por la suma del interés y la amortización.

La empresa cree conveniente financiar parte de la inversión total con la finalidad de obtener una mayor rentabilidad en lo invertido con el capital propio, es decir, tener apalancamiento financiero, además de poder aprovechar el escudo fiscal que esto nos brindaría, ya que al adquirir préstamos del banco tendríamos que pagar intereses como costo del financiamiento, lo cual es deducible del impuesto a la renta.

Por último, El ahorro tributario se calcula del impuesto a la renta multiplicado por el interés, lo cual es restado a la renta para calcular el flujo de caja después de impuesto.

6.6. Presupuesto de costos

El plan de negocio considera en el presupuesto de costos los siguientes elementos que formaran parte de la estructura del flujo de caja: Costos directos (costo de producto tercerizado y costos de exportación), Costos Indirectos (materiales indirectos, gasto de personal, gastos fijos, gastos administrativos, gastos de ventas) .Al final de presentar cada uno de los costos mencionados anteriormente, el plan de negocio presenta una tabla resumen sobre el total de estos conceptos para los demás años restantes.

Costos directos

Dentro de los costos directos, vamos a observar todo aquel costo que se encuentre relacionado al producto que se va a comercializar. En este caso el producto a vender será Cúrcuma en polvo por lo tanto se menciona en la siguiente tabla el presupuesto de costos que se incurrirán.

Tabla 87. Costo de Producto tercerizado
(Expresado en soles)

Producto	Costos	Cantidad	Costo por envío	Costo anual
Costo de producto tercerizado (unidad)	1.50	5,184.00	7,776.00	93,312.00
Materia Prima (kilogramos)	7.50	1,364.21	10,231.58	122,778.95
Transporte del maquilador hacia almacén (kilogramos)	0.06	2,202.48	129.73	1,556.71
TOTAL, INSUMOS EN PRODUCTOS			18,137.31	217,647.66

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 88. Costos de exportación
(Expresado en soles)

Descripción	Costo unitario	Costo por Envío	Costo anual
Seguro de carga	314.96	314.96	3,779.54
Servicio de transporte recojo	283.90	283.90	3,406.80
Embalaje	601.20	601.20	7,214.40
Gastos de Almacén	961.92	961.92	11,543.04
Gastos operativos	83.50	83.50	1,002.00
precintos	50.10	50.10	601.20
Servicios de Consolidación	259.72	259.72	3,116.62
Agenciamiento de Aduanas	300.60	300.60	3,607.20
Transporte - Embalaje	116.90	116.90	1,402.80
Envases	0.80	4,147.20	49,766.40
caja cartón corrugado	0.70	201.60	2,419.20
Transferencia Bancaria	80.16	80.16	961.92
TOTAL		7,401.76	88,821.12

Fuente: Elaboración propia.

Costos indirectos

Dentro de los costos indirectos, vamos a observar todo aquel costo que no se encuentre relacionado al producto que se va a comercializar, pero que son importantes.

Tabla 89. Materiales indirectos

(Expresado en soles)

Materiales de limpieza	Cantidad	Precio unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Recogedor (unidad)	1	5.00	5.00	5.00
Escoba (unidad)	1	5.00	5.00	10.00
Jabón líquido (bolsa)	2	4.50	9.00	108.00
Paños (paquete)	1	5.00	5.00	30.00
Lejía (galón)	1	14.00	14.00	84.00
Papel Higiénico (paquete por 6 rollos)	1	15.00	15.00	90.00
Total, materiales indirectos			53.00	327.00

Fuente: Elaboración propia

En Tabla N° 89, se puede observar todos los materiales indirectos de la empresa NaturCur Bio S.A.C. estos materiales de aseo personal serán usados por los colaboradores de la empresa, dentro de estos materiales se tiene el recogedor, la escoba, el jabón líquido, paños, lejía y el papel higiénico.

Tabla 90. Gastos de personal

(Expresado en soles)

Descripción	N° de empleados	Remuneración	Pago mensual	Pago anual	Vacaciones	Sub total	ESSALUD 9%	Total, anual
Gerente General	1	2,000	2,000.00	23,000.00	1,000	24,000.00	2,160.00	26,160.00
Asistente Logístico	1	1,200	1,200.00	13,800.00	600	14,400.00	1,296.00	15,696.00
Asistente Comercial	1	1,200	1,200.00	13,800.00	600	14,400.00	1,296.00	15,696.00
Asistente Almacén	1	475	475.00	5,700.00	0	5,700.00	513.00	6,213.00
TOTAL	4							63,765.00

Fuente: Elaboración propia

En Tabla N° 90, se puede verificar la remuneración que se le asignará a cada trabajador, así como sus beneficios, de acuerdo al régimen al cual nos estamos acogiendo, los trabajadores no tendrán beneficios como CTS y gratificación, pero gozaran de su sueldo, seguro Es salud y vacaciones de quince días, asimismo se puede visualizar el total anual en gasto de personal que tendrá la empresa es de S/ 63,765.00 soles.

Tabla 91. **Gastos fijos**

(Expresado en soles)

Descripción	Mensual	Anual
Pago de alquiler de local 100 mts.	1,000.00	12,000.00
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	250.00	3,000.00
Total, Gastos fijos	1,250	15,000

Fuente: Elaboración propia

En Tabla N° 91, se puede observar los gastos fijos, los cuales abarcan el pago de alquiler de local y los servicios como la luz, el agua, el internet y el teléfono, estos gastos deberán pagarse de manera mensual y así no haya comercialización en la empresa NaturCur Bio S.A.C..

Tabla 92. Gastos administrativos

(Expresado en soles)

Materiales de oficina	Costo unitario	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Hojas bond (millar)	10.00	1	10.00	60.00
Archivadores (unidades)	4.00	8	32.00	64.00
Lapiceros (cajas)	6.00	2	12.00	24.00
Lápices (caja)	5.00	1	5.00	5.00
Perforador (unidades)	5.00	3	15.00	15.00
Engrampador (unidades)	6.00	3	18.00	18.00
Control de calidad	475.00	1	475.00	5,700.00
Contabilidad	200.00	1	200.00	2,400.00
Total, gastos administrativos			767.00	8,286.00

Fuente: Elaboración Propia

En Tabla N° 92, se observa todo el listado de los materiales que se usaran dentro de la oficina, esto es para el trabajo eficiente de los colaboradores, En muchos de los materiales de oficina la compra será una vez al año, en otros 2 a 3 veces al año y en los productos más usados se comprarán 8 veces al año.

Tabla 93. **Gasto de ventas**

(Expresado soles)

Descripción	Total
Página web	400.00
Espacio en la feria (Stand)	10020.00
Decoración del Stand	2500.00
Pasaje Aéreo	2505.00
Hospedaje	1002.00
Movilidad	167.00
Alimentación	501.00
Merchandising (folletos, tarjetas, regalitos) + Muestras	2500.00
Google AdWords	1800.00
Rueda de negocio	1200.00
Comisionista	6000.00
Gasto de venta total	28595.00

Fuente: Elaboración propia

En Tabla N° 92, se observa el presupuesto de gastos de venta, en este punto se considera una gran inversión, ya que uno de los objetivos es generar ventas y rentabilidad y la única forma de lograr esto es invirtiendo en los gastos de ventas.

6.7. Punto de Equilibrio

Tabla 94. Costos fijos

(Expresado en soles)

Gasto de personal	63,765
Materiales indirectos	327
Gastos fijos	15,000
Gastos administrativos	8,286
Gasto de ventas	28,595
Costo fijo Total	115,973

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N° 94, se puede observar los costos que la empresa debe pagar independientemente de que se realicen ventas o no. Estarán constituidos por gastos de personal, materiales indirectos, gastos fijos, gastos de ventas, gastos administrativos y gasto financiero. Lo que hacen un total de S/ 115,973.00 para el primer año.

Tabla 95. Costos variables

(Expresado en soles)

Costo de producto	217,647.66
Costo de exportación	88,821.12
Costo variable total	306,468.79

Tabla 96. Costos totales

(Expresado en soles)

Costo Fijo	Costo variable	Costo Total
115,973	306,469	422,442

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N° 96, se muestra el costo total, el cual está estructurado por la sumatoria del costo total variable y el costo fijo; estos costos serán los que va a incurrir la empresa NaturCur Bio S.A.C. El costo total hace un total de S/ 422,442.00 soles para el primer año.

Tabla 97. Estructura de precio

(Expresado en soles)

CVU	4.93
CFU	1.86
Costo unitario	6.79
Margen de ganancia	13.5%
Valor de venta	7.85
IGV	0.00
Precio de venta FOB	7.85
Punto de equilibrio (En cantidad)	39,661
Punto de equilibrio (En dinero)	311,363

Fuente: Elaboración propia

En Tabla N° 97, se verifica la estructura del precio como es el costo unitario, el precio de venta y el punto de equilibrio en dinero y en cantidad.

Se tiene la siguiente Fórmula: Punto de Equilibrio

Q=	Cantidad en unidades	Pe=CF/Pv-Cvu
Pv=	Precio de venta por unidad	
Cvu=	Costo variable por unidad	
CF=	Costo fijo total	

Para cubrir los costos entonces:

Cantidad =	62208
Costo Variable Total=	306,469
Precio=	S/7.85 soles
Costo Fijo Total	S/115,973

Desarrollando:

$$\frac{115,973}{(7.85 - 4.93)} = 39716 \text{ envases de Cúrcuma en polvo}$$

Por lo tanto, el punto de equilibrio en cantidades que la empresa NaturCur Bio S.A.C. deberá comercializar es 39,716 unidades anuales; con ello la empresa no gana ni pierde y la venta adicional de un par que se realice, representará la ganancia para la empresa.

6.8. Tributación de la exportación

Según (SUNAT, 2019) Siendo un régimen de exportación definitiva de acuerdo con la ley general de aduanas 1053, la exportación de mercancías no está afecta al pago de ningún tributo.

6.9. Presupuesto de ingresos

Tabla 98. Cantidad proyectada en los próximos años

Años	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	487,805	502,439	522,537	548,663	581,583
Tasa de crecimiento	0	3.00%	4.00%	5.00%	6.00%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con lo que se muestra en la Tabla 98 las ventas en el lapso de cinco años van incrementando, considerando que se tiene el promedio de la tasa de crecimiento de 6.00%. Las ventas en el primer año se calculan del precio de venta el cual será de S/7.85 por la cantidad de frascos de cúrcuma en polvo que se espera vender en el primer año el cual asciende a 64,074 unidades.

Tabla 99. Saldo a favor del exportador
(Expresado en soles)

Años	0	2020	2021	2022	2023	2024
Costo de compra de producto		217,64 8	231,04 4	247,64 7	267,99 5	292,77 7
Gastos administrativos		186	192	198	204	210
Gasto de ventas		7,205	7,545	7,974	8,504	9,152
Materiales indirectos		327	337	347	358	369
Total		225,36 6	239,11 8	256,16 6	277,06 1	302,50 8
Base imponible		190,98 8	202,64 3	217,09 0	234,79 7	256,36 3
IGV de ventas 18%		0	0	0	0	0
IGV Compras 18%		34,378	36,476	39,076	42,263	46,145
IGV de inversiones	2,30 4					
Diferencias de IGV	2,30 4	34,378	36,476	39,076	42,263	46,145
Devolución del IGV		36,682	36,476	39,076	42,263	46,145

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N°99, se observa el crédito fiscal que es la diferencia del I.G.V. de ventas menos el I.G.V de compras. Sin embargo, por tratarse de una exportación, se exonera del pago de I.G.V. de ventas. Por lo tanto, la diferencia del I.G.V. de ventas menos el I.G.V. de compras es el saldo a favor del exportador. La devolución del I.G.V. de compras se considera dentro de los ingresos en el flujo de caja económico.

6.10 Presupuesto de egresos

El presupuesto de egresos estará en función del promedio de la tasa de inflación, así como en función al promedio de la tendencia de ventas o tendencia de la demanda.

Tabla 100. Tasa de inflación del año 2013 al 2018

Año	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Tasa de inflación	2.80%	3.20%	3.50%	3.60%	2.8%	2.48%

Fuente: BCR

En la Tabla N° 100, se puede verificar que se ha obtenido información de los últimos cinco años, a través del Banco Central de Reserva, el promedio de la tasa de inflación es 3.06%, esta tasa nos servirá como referencia para lograr proyectar los costos y hacer más real el proyecto.

Tabla 101. Tasa de crecimiento de la demanda

Años	2020	2021	2022	2023	2024
Tasa de crecimiento		3.00%	4.00%	5.00%	6.00%

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N° 101, se observa la tasa de crecimiento que va en función a la demanda, el promedio de esta tasa es la 4.50%, esta tasa nos servirá de referencia en las siguientes proyecciones.

COSTOS DIRECTOS

Tabla 102. Costos variables

(Expresado en soles)

Años	2020	2021	2022	2023	2024
Costo de compra de producto tercerizado	217,647 .66	231,044 .38	247,646 .92	267,994 .83	292,776 .67
Costos de exportación	88,821. 12	91,485. 76	95,145. 19	99,902. 45	105,896 .60
Costo de venta	306,468 .79	322,530 .14	342,792 .11	367,897 .28	398,673 .27

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 102 los presupuestos proyectados de costos variables están en función a la tasa de crecimiento de la demanda y tasa de crecimiento de la inflación. Por ello se verifica que año tras año la proyección va en aumento.

COSTOS INDIRECTOS

Tabla 103. Presupuesto proyectado de materiales indirectos

(Expresado en soles)

Materiales de limpieza	2020	2021	2022	2023	2024
Útiles de limpieza	327.00	337.0	347.3	358.0	368.9
Total, de materiales indirectos	327.00	337.02	347.34	357.98	368.95

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 103, se puede observar que el presupuesto proyectado de materiales indirectos va en crecimiento y este costo va en función de la inflación porque son costos en soles, lo cual se ve afectado directamente por la inflación.

Tabla 104. Presupuesto proyectado de gastos de personal

(Expresado en soles)

Descripción	2020	2021	2022	2023	2024
Gerente General	26,160.0 0	26,944.8 0	27,753.1 4	28,585.7 4	29,443.3 1
Asistente Logístico	15,696.0 0	16,166.8 8	16,651.8 9	17,151.4 4	17,665.9 9
Asistente Comercial	15,696.0 0	16,166.8 8	16,651.8 9	17,151.4 4	17,665.9 9
Asistente Almacén	6,213.00	6,399.39	6,591.37	6,789.11	6,992.79
Gasto de personal total	63,765.0 0	65,677.9 5	67,648.2 9	69,677.7 4	71,768.0 7

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N° 104, se observa que el presupuesto proyectado en cinco años de los gastos de personal va en aumento debido a que la empresa NaturCur Bio S.A.C. optará por subir de manera anual 3% el sueldo de los colaboradores, esta medida se ha tomado debido al régimen en el cual la empresa se encuentra, al no cumplir con el 100% de los beneficios con el fin de evitar la rotación constante del personal.

Tabla 105. Presupuesto proyectado de gastos fijos

(Expresado en soles)

Descripción	2020	2021	2022	2023	2024
Pago de alquiler de local	12,000. 00	12,120. 00	12,241. 20	12,363. 61	12,487. 25
Servicios (luz, agua, teléfono e internet)	3,000.0 0	3,091.9 0	3,186.6 2	3,284.2 3	3,384.8 4

Total, Gastos Indirectos	15,000.00	15,211.90	15,427.82	15,647.84	15,872.09
---------------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N°105, se detalla el presupuesto proyectado de los gastos fijos, lo que corresponde al pago de servicios está en función al promedio de la tasa de inflación del, 3.06%. Por otro lado, con lo que corresponde al pago de alquiler de local, se ha considerado un 1% en la proyección debido a que se trata de un bien inmueble. El arrendador a través del contrato colocará un incremento en el pago del alquiler, esto se debe a que los bienes inmuebles se aprecian y toman más valor en el tiempo.

Tabla 106. Presupuesto proyectado de gastos administrativos

(Expresado en soles)

Materiales de oficina	2020	2021	2022	2023	2024
Útiles de oficina	186.00	191.70	197.57	203.62	209.86
Control de calidad	5,700.00	5,871.00	6,105.84	6,411.13	6,795.80
Contabilidad	2,400.00	2,472.00	2,570.88	2,699.42	2,861.39
Total, de gastos administrativos	8,286.00	8,534.70	8,874.29	9,314.18	9,867.05

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla N° 106, muestra el presupuesto proyectado de los gastos administrativos, donde los útiles de oficina se proyectan en función a la tasa de inflación.

Tabla 107. Presupuesto proyectado de gastos de ventas

(Expresado en soles)

Descripción	2020	2021	2022	2023	2024
Página web	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
Espacio en la feria (Stand)	10020.00	10521.00	11152.26	11932.92	12887.55
Decoración del Stand	2500.00	2625.00	2782.50	2977.28	3215.46
Pasaje Aéreo	2505.00	2630.25	2788.07	2983.23	3221.89
Hospedaje	1002.00	1052.10	1115.23	1193.29	1288.76
Movilidad	167.00	175.35	185.87	198.88	214.79
Alimentación	501.00	526.05	557.61	596.65	644.38
Merchandising (folletos, tarjetas,	2500.00	2625.00	2782.50	2977.28	3215.46

regalitos) + Muestras					
Google AdWords	1800.00	1890.00	2003.40	2143.64	2315.13
Rueda de negocio	1200.00	1260.00	1335.60	1429.09	1543.42
Comisionista	6000.00	6300.00	6678.00	7145.46	7717.10
Total, gasto de ventas	28595.00	30004.75	31781.04	33977.71	36663.92

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N° 107, se puede observar los gastos de ventas que la empresa NaturCur Bio S.A.C. Se ha proyectado para los siguientes cinco años que el crecimiento está en función a las ventas que se generen durante el tiempo de actividad, por lo tanto, va en función a la tasa de crecimiento de la demanda.

6.11. Flujo de caja proyectado

6.11.1. Flujo de caja económico

Tabla 108. Flujo de caja económico

(Expresado en soles)

Período (años)	0	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos Operativos		524,487	538,915	561,613	590,927	627,728
Costo de variables		306,469	322,530	342,792	367,897	398,673
Gastos de ventas		28,595	30,005	31,781	33,978	36,664
Gastos fijos		15,000	15,212	15,428	15,648	15,872
gasto de personal		63,765	65,678	67,648	69,678	71,768
materiales indirectos		327	337	347	358	369
gastos administrativos		8,286	8,535	8,874	9,314	9,867
Impuesto a la renta		8,914	9,006	9,225	9,156	9,357
Egresos Operativos		431,356	451,303	476,096	506,029	542,570
Flujo de Caja Operativo		93,130	87,612	85,517	84,898	85,158
Inversiones en Activo Fijo Tangible	10,425					
Inversiones en Activos Fijo intangible	2,375					
Inversiones en Capital de Trabajo	124,317					124,317
Valor residual						1,875
Total, flujo de Inversiones	137,117	0	0	0	0	126,192

Flujo de Caja Económico	- 137,117	93,130	87,612	85,517	84,898	211,350

Fuente: Elaboración Propia

En el gráfico N° 108, se puede observar que el flujo de caja económico está constituido por los ingresos y egresos operativos, los cuales están proyectados en un plazo de 5 años.

6.11.2. Flujo de caja Financiero

Tabla 109. Flujo de caja financiero

(Expresado en soles)

Período (Años)	0	2020	2021	2022	2023	2024
Flujo de Caja Económico	- 137,117	93,130	87,612	85,517	84,898	211,350
Flujo de deuda						
- Ingresos por préstamos	52,104					
Interés		10,405	4,060			
Amortización		22,880	29,225			
escudo fiscal		1,040	406	-	-	-
-Egresos por servicio de deuda		32,244	32,879			
Total, flujo de deuda	52,104	32,244	32,879	-	-	-
Total, Flujo de Caja Financiero	-85,013	60,886	54,733	85,517.14	84,898	211,350

Fuente: Elaboración Propia

En el Tabla N° 109, se puede observar que el flujo de caja financiero resulta de la diferencia del flujo de caja económico menos el flujo caja de deuda. El flujo de deuda está formado por la deuda del préstamo bancario en el año 0 y los egresos por servicio de deuda. Cabe señalar que los intereses se pagan como gastos financieros.

6.12. Estado de Ganancias y Pérdida

Tabla 110. Estado de ganancias y pérdidas financiero

(Expresado en soles)

Estado de Ganancias y pérdidas					
Periodo	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos	524,487	538,915	561,613	590,927	627,728
Costo de venta	306,469	322,530	342,792	367,897	398,673
Utilidad bruta	218,018	216,385	218,821	223,030	229,055
Gastos de ventas	28,595	30,005	31,781	33,978	36,664
Gastos fijos	15,000	15,212	15,428	15,648	15,872
Gasto de personal	63,765	65,678	67,648	69,678	71,768
materiales indirectos	327	337	347	358	369
Gastos administrativos	8,286	8,535	8,874	9,314	9,867
Depreciación y amortización	2,495	2,495	2,495	2,495	945
Utilidad operativa	99,550	94,123	92,247	91,559	93,570
Gastos Financieros	10,404.95	4,060.35			
Utilidad Ante de Impuestos	89,145	90,063	92,247	91,559	93,570
Impuesto a la renta	8,914	9,006	9,225	9,156	9,357
Utilidad neta	80,230	81,057	83,022	82,403	84,213

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N° 110, se presenta el estado de ganancias y pérdidas de la empresa que inicia con el ingreso por ventas, que es el monto total en soles de las ventas que se darán durante los próximos cinco años del cual se reduce el costo de venta. La utilidad bruta resultante es de S/ 218,018.00 soles en el primer año, luego de restarle los egresos operativos y la depreciación y amortización se tiene la utilidad operativa resultante la cual asciende a S/ 99,550.00 soles que representa la utilidad obtenida por vender el producto, después la empresa obtuvo S/ 89,145.00 de utilidad antes de impuestos luego de haber restado el interés del préstamo.

Finalmente, se calculan los impuestos a las tasas fiscales y se deducen para determinar la utilidad neta de S/ 80,230 soles en el primer año.

6.14. Evaluación de la Inversión

6.14.1.- Evaluación Económica

Tabla 111. Resultados económicos

VANE	S/. 173,984.51
TIRE	64.62%
B/C (FCE)	2.48

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 101 se observa la evaluación económica de la empresa y con ello se puede concluir que el proyecto es rentable, debido a que el flujo de efectivo económico cumple con las condiciones para que un proyecto pueda ser aceptado, por lo tanto, se tiene como resultado VANE igual a S/.173,984.51 soles, un TIR de 64.62% y un B/C (Beneficio/costo) de 2.48.

Esto significa que se cumple los requisitos para que un proyecto sea rentable: $VAN > 0$, $TIR > COK$ y el $B/C > 1$.

Tabla 112. Periodo de recuperación económica

(Expresado en soles)

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
FCE 0	-137,117	79,726	64,207	53,651	45,597	97,173
FCE 0 Acumulado		79,726	143,933	197,584	243,180	340,354

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N° 112, se observa el periodo de recuperación económica, tomando en cuenta el CPPC (Costo promedio ponderado de capital), el cual es de 11.82%. Por otro lado, actualizando los flujos económicos del futuro al presente y teniendo en cuenta el CPPC, la inversión se recuperará en 23 meses.

6.14.2. Evaluación Financiera

Tabla 113. Resultados financieros

VANf	219,077.12
TIRF	79.68%
B/C (FCE)	3.58

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N° 113, se tiene el flujo de caja financiero, donde se cumple que el VANf > VANE y el TIRf > Tasa de interés anual que el banco ofrece, con ello se produce un apalancamiento financiero en beneficio del inversionista. De acuerdo con lo antes mencionado, la empresa NaturCur Bio S.A.C. Tiene como resultado un VANf igual a S/ 219,077.12 soles, un TIRF de 79.68% y un B/C de 3.58, por lo cual se puede deducir que el proyecto es muy rentable. De acuerdo con el análisis realizado en ambos casos, tanto el flujo financiero, como el económico el proyecto son rentables.

Tabla 114. Periodo de recuperación financiera

Periodo de recuperación	0	1	2	3	4	5
FCE	-85,013	52,940	41,379	56,214	48,524	105,033
FCE Acumulado		52,940	94,319	150,533	199,057	304,090

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 114, se observa el periodo de recuperación financiera, tomando en cuenta el costo de oportunidad del 11.82%. Por otro lado, actualizando los flujos financieros del futuro al presente y teniendo en cuenta el costo de oportunidad, la inversión se recuperará en 21 meses.

6.14.3. Evaluación social

El presente plan de negocio acerca de la exportación de frasco de cúrcuma en polvo no genera ningún conflicto social, sino más bien, apoya positivamente al país.

NaturCur Bio S.A.C genera un impacto en el crecimiento económico del país ya que, al constituir la empresa, se genera mayor empleo, incrementando también la cadena logística y contribuyendo con inversión en el país realizando el pago de impuestos al estado.

6.14.4 Impacto ambiental

NaturCur Bio S.A.C. es una empresa que exportará Frasco de cúrcuma en polvo, siendo respetuosa con el medio ambiente, buscando criterios que permitan el desarrollo sostenible como un plan de reciclaje, donde el producto a reciclar será

separado de la fuente de origen y los residuos que pudieran acumularse, serán desechados de manera adecuada sin causar algún tipo de daño ni a personas ni al medio ambiente.

Los procesos realizados por la empresa no presentan impacto alguno de manera negativa con el ambiente, por lo tanto, se considera que el plan de negocios, desde el punto de vista ambiental, es viable.

6.15.-Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

6.15.1. Costo de oportunidad

El Costo de Oportunidad del Capital es el rendimiento esperado de la mejor alternativa de inversión con igual riesgo. No es un indicador de rentabilidad, permite evaluar el aporte propio. El COK nos ayuda a saber si existe alguna mejor alternativa, con igual riesgo, en la que podríamos invertir. Nos indica, entonces, cuál es la alternativa equivalente.

La determinación del COK depende, por cierto, del grado de riesgo (riesgo similar al de mi proyecto) y del número de oportunidades que tengo para invertir mi capital y de otras consideraciones. El caso más simple ocurre si, en vez de invertir en el negocio que estoy considerando, deposito mi dinero en el banco o compro acciones en la bolsa de valores. Entonces tengo dos alternativas adicionales a la inversión que pretendo realizar (suponiendo que percibo un riesgo similar en cada caso).

Tabla 115. Beta apalancada

d	38%
e	62%
d/e	61%
Tx	10.00%
beta	1.2
beta apalancada	1.74

Fuente: Elaboración Propia

Cálculo del COK por el método CAPM (Modelo de Precio del Activo Financiero)

CAPM= $R_f + B(R_m - R_f) + RP$
--

Tabla 116. Costo de oportunidad

KPROY	Costo de capital propio	11.82%
Rf	Tasa libre de riesgo	1.91%
B	Beta del sector apalancado	1.74
Rm - Rf	Prima por riesgo del mercado	5.69%
Rp	Prima por riesgo país	0

Fuente: BCR del PERÚ, Damodaran (2017)

De acuerdo con cómo se visualiza en la tabla N° 116, se tiene que la rentabilidad que otorga el mercado por el capital propio es lo máximo que se deja de ganar por invertir en este proyecto, es decir se tiene como costo de oportunidad 11.82% que es lo mínimo que se espera ganar por la inversión en este proyecto de exportación de frasco de cúrcuma en polvo.

6.15.2. costo promedio ponderado de capital

A continuación, se calculará el costo promedio ponderado de capital (CPPC):

CPPC: (Deudas de terceros/Total de financiamiento) (Costos de la deuda) (1-tasa de impuesto) + (Capital propio/total de financiamiento) (costos de capital propio).

Tabla 117. Costo Promedio ponderado de Capital

- Capital	62.00%
- Deuda	38.00%
- Cok	11.82%
- Costo de la deuda	27.73%
- Tax Perú	10.00%
- WACC	16.81%

Fuente: Elaboración propia

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

$$CPPC = (62\% * 11.82\%) * (1-10\%) + (38\% * 27.73\%)$$

$$CPPC = 16.81\%$$

6.16.-Cuadro de riesgo del tipo de cambio

El análisis de sensibilidad supone variaciones que afecten el presupuesto de caja. Por ello es importante crear varios escenarios con el objetivo de tener diferentes perspectivas con relación a las situaciones que se presenten.

Para el caso de un incremento en el tipo de cambio, la empresa NaturCur Bio S.A.C. utilizará el contrato forward de divisas.

Según (Banco Central de Reserva del Perú, s.f.) una operación forward de moneda extranjera es un acuerdo entre dos partes, por el cual dos agentes económicos se obligan a intercambiar, en una fecha futura establecida, un monto determinado de una moneda a cambio de otra, a un tipo de cambio.

El fin del contrato forward de divisas es administrar el riesgo en lo que se puede incurrir, por los posibles efectos negativos de la volatilidad del tipo de cambio en el flujo esperado de una empresa (comercio exterior). El mercado de forwards permite que los agentes económicos se cubran del riesgo cambiario, dando mayor certeza a sus flujos.

A continuación, se muestra un análisis de sensibilidad teniendo el tipo de cambio en diferentes escenarios y cómo afecta la variación al VAN, TIR y al B/C:

Tabla 118. Análisis de sensibilidad con tipo de cambio

TIPO DE CAMBIO	VANE	TIRE	B/C	VANF	TIRF	B/C
3.50	185,594.29	69%	2.65	233,695.87	85%	3.82
3.40	177,109.98	66%	2.53	223,012.63	81%	3.64
3.34	173,984.51	64.62%	2.48	219,077.12	79.68%	3.58
3.10	161,482.63	60%	2.30	203,335.05	74%	3.32
2.85	137,792.06	51%	1.97	173,504.46	63%	2.83

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N° 118, se muestra el análisis de sensibilidad y cómo el tipo de cambio impacta en los diferentes indicadores, tanto en el económico como en el financiero. Para este tipo de análisis se utilizan tres escenarios: pesimista, conservador y optimista. Por ejemplo, es un escenario optimista, para un tipo de cambio S/ 3.50 se obtiene un b/c económico de 2.65, lo que significa que por cada sol que se invierte se está ganando S/1.17 soles.

Por otro lado, en un escenario conservador, para un tipo de cambio de S/ 3.34 se obtiene un B/C económico de 2.48, con lo que la empresa gana por cada sol que se invierte se está ganando S/ 1.10 soles, pero hay una disminución con respecto al tipo de cambio S/ 3.50. Asimismo, para un escenario pesimista, el tipo de cambio de S/ 2.85 se obtiene un beneficio costo de 1.97 y se está ganando por cada sol invertido S/ 0.86 soles que es menos a diferencia de los tipos de cambio más altos y, además es el tipo de cambio donde la empresa está perdiendo.

7.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1.- Conclusiones

- NaturCur Bio S.A.C. se constituye como una microempresa, por considerarse como una mejor alternativa para emprender una nueva microempresa y no se vea afectada por los costos y gastos para su operación.
- De acuerdo al estudio de mercado realizado y al consumidor holandés se concluye que Holanda es un mercado atractivo y mejor destino para la cúrcuma en polvo por ser una de las economías más estables en el mundo, por el aumento en la demanda de productos nutritivos, saludables.
- La empresa está tercerizando el proceso de producción y envasado de la cúrcuma en polvo, ya que se ha visto más conveniente por trámites de certificación requeridas y por los escasos recursos para implementar la infraestructura para su elaboración y la reducción de costos.
- Para llegar a nuestro consumidor final, es conveniente el uso de un importador/distribuidor en destino tenga conocimiento del mercado y conocer las principales cadenas logísticas para llegar a Rotterdam - Holanda.
- NaturCur Bio S.A.C. ha utilizado el medio de transporte marítimo FOB, porque es el más adecuado por el tipo de producto, peso y volumen de la carga, ya que también es el medio más económico para transportar hacia el mercado de Holanda.
- Según el estudio financiero, la empresa tendrá ingresos mayores a - S/.487,805.00.
- En el escenario moderado, se obtiene un VANF positivo de s/. 219,077.12 , un TIRF de 79.68% y un beneficio/costo de \$ 3.58; el periodo de recuperación de la inversión es 21 meses en el flujo económico.

7.2.- Recomendaciones.

- Debido a que el costo de inversión de máquinas e infraestructura será excesiva, se recomienda la tercerización (maquilado) de la producción a las microempresas, ya que es necesario obtener una serie de certificaciones para operar dentro de la planta.
- Una de las consecuencias por falta de beneficios otorgados a los colaboradores es la rotación de personal, para ello se sugiere ofrecerles un aumento de sueldo al final de cada año de acuerdo a la inflación del país y las buenas ventas obtenidas a lo largo del año como compensación.
- Aprovechar el ingreso de nuestro producto a Rotterdam en el mercado de Holanda, para expandirnos a la región de la Unión Europea adaptando la producción a las necesidades de los nuevos consumidores como también ampliando la diversificación de productos.
- Se recomienda que para evaluar la viabilidad del proyecto, se debe calcular el VAN y la TIR a partir de los flujos de caja económico y financiero. Estos deben salir positivos y ver la rentabilidad de estos.

REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

- Centro de Toxicología y Biomedicina. (2019). Obtenido de <https://www.medigraphic.com/pdfs/medisan/mds-2012/mds121m.pdf>
- ADEX. (2016). *ADEX estima que exportación de Capsicum peruano crecerá 20% este año*. Recuperado el 30 de 03 de 2017, de www.adexperu.org.pe
- Adex Data Trade. (2019). *Estadísticas por Descripción comercial*. Obtenido de <http://www.adexdatatrade.com/Members/Comercial.aspx>
- AGRODATAPERU. (2019). *EXPORTACION DE LA CÚRCUMA*. Obtenido de <https://www.agrodataperu.com/category/exportaciones/curcuma-exportacion>
- Banco Central de Reserva del Perú. (s.f.). *La Cobertura Cambiaria: Los forwards de divisas*. Obtenido de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Informes-Especiales/Cobertura-Cambiaria-Forwards-Divisas.pdf>
- BANCO DE CREDITO DEL PERU. (2019). *TASAS Y TARIFAS BCP*. Obtenido de <https://ww3.viabcp.com/tasasytarifas/tarifasDetalle.aspx?S=6&ASEC=3&O=008>
- CCL. (2017). *Misiones comerciales*. Recuperado el 30 de 03 de 2017, de www.camaralima.org.pe
- CCL. (2017). *Ruedas de negocio*. Recuperado el 30 de 03 de 2017, de www.camaralima.org.pe
- Europalet.com. (2019). Obtenido de <http://www.europalet.com/europalets/europalets/europalet-homologado-reciclado-1-especial>
- European Commission - Trade Helpdesk. (2019). Obtenido de <https://trade.ec.europa.eu/tradehelp/labelling-and-packaging>
- FERIAS INTERNACIONALES.WIKISPACES. (2017). *Las misiones internacionales*. Recuperado el 30 de 03 de 2017, de www.feriasinternacionales.wikispaces.com
- Gestion. (2019). *La cultura organizacional en el Perú*. Obtenido de <https://gestion.pe/opinion/cultura-organizacional-peru-267307-noticia/>
- Gobierno de Chile. (2017). *GOBIERNO DE CHILE*. Recuperado el 30 de 03 de 2017, de www.gob.cl
- GOOGLE. (2017). *Google AdWords*. Recuperado el 06 de 04 de 2017, de www.google.com.pe
- ICEX. (2019). *Países bajos, vocación comercial*. Obtenido de <https://www.icex.es/icex/es/Navegacion-zona-contacto/revista-el-exportador/mundo/REP2018789866.html>

- INDECOPI. (JUNIO de 2013). *GUÍA INFORMATIVA DE ROTULADO*. Obtenido de https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/143803/guia_rotulado_2013.pdf
- INDECOPI. (2019). Obtenido de <https://indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
- INEI - INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA. (AGOSTO de 2019). *CLASIFICACION INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME*. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Lib0883/Libro.pdf
- International Monetary Fund. (2019). *Datos economicos de Paises Bajos*. Obtenido de https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2018/02/weodata/weorept.aspx?pr.x=64&pr.y=17&sy=2014&ey=2018&scsm=1&sort=country&ds=.&br=0&c=138&s=NGDP_R%2CNGDP_RPCH%2CNGDP%2CNGDPD%2CPPPGBP%2CNGDP_D%2CNGDPRP%2CNGDPRPPPC%2CNGDPPC%2CNGDPDPC%2CPPPPC%2CNGAP_NPGDP%
- Kotler, P. (2003). Fundamentos de marketing. En P. Kotler.
- Market Acces Map. (2019). Obtenido de <https://www.macmap.org/es/query/results?reporter=528&partner=604&product=091030&level=6>
- MEF. (enero de 2019). *boletín informativo laboral n°85*.
- MINCETUR - PROMPERU. (octubre de 2010). *Guía de Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios para exportar alimentos a la Unión Europea*. Obtenido de http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req_ue.pdf
- MINCETUR. (2019). *PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO DE MERCADO DE PAÍSES BAJOS POM UE2*. Obtenido de http://dirceturcusco.gob.pe/wp-content/uploads/2018/08/POM_Paises_Bajos.pdf
- Municipalidad de Santa Anita. (2019). *Licencias*. Obtenido de <https://www.munisantanita.gob.pe/scomercial.php>
- N'Ferias. (2019). *Ferías en Holanda*. Obtenido de <https://www.nferias.com/holanda/>
- OECD. (2016). *ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT*. Obtenido de <https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=CITIES>
- OFICINA DE INFORMACION DIPLOMATICA. (ABRIL de 2019). *PAISES BAJOS - REINOS DE LOS PAISES BAJOS*. Obtenido de http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/PAISESBAJOS_FICHA%20PAIS.pdf
- PROMPERÚ - SERVICIOS AL EXPORTADOR. (2015). *GUÍA DE MERCADO MULTISECTORIAL - PAISES BAJOS*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/642962988rad6061F.pdf>

TTB ALCOHOL AND TOBACCO TAX AND TRADE BUREAU. (2019). *U.S DEPARTMENT OF THE TREASURY*. Obtenido de <https://www.ttb.gov/itd/netherlands.shtml#REQUIREMENTS>

United States Department of Agriculture . (2019). Obtenido de <https://ndb.nal.usda.gov/ndb/foods/show/02043?man=&facet=&count=&max=25&qlookup=CURCUMA+TURMERIC%2C+UPC%3A+637298704336&offset=&sort=default&format=Abridged&reportfmt=other&rptfrm=&ndbno=&nutrient1=&nutrient2=&nutrient3=&subset=&totCount=&measureby=&Qv=1>

Veritrade. (2019). *091030: CÚRCUMA*. Obtenido de <https://www.veritradecorp.com/es/peru/importaciones-y-exportaciones/c%C3%BArcuma/091030>

ANEXOS

ANEXO 1: Solicitud de Reserva de Nombre de Persona Jurídica



ANEXO 1: FORMULARIO

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:

Yo, _____ identificado con:

DNI* 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 (letra 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 2: Modelo de constitución S.A.C sin directorio en efectivo

SEÑOR NOTARIO SÍRVASE EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, SIN MINUTA, DE CONFORMIDAD CON EL ARTICULO 58 LITERAL I) DEL D. LEG. N° 1049, DECRETO LEGISLATIVO DEL NOTARIADO, CONCORDADO CON EL DECRETO SUPREMO N° 007-2008-TR – TUO DE LA LEY DE PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD, FORMALIZACION Y DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA Y DEL ACCESO AL EMPLEO DECENTE, LEY MYPE, QUE OTORGAN: JOSE LUIS LEANDRO NUÑEZ CALDERON DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS INTERNACIONALES CON D.N.I. 71587338, ESTADO CIVIL SOLTERO ; RONAL EDGAR MEZA VILLANUEVA, DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION ADMINISTRADOR CON D.N.I. 21079907, ESTADO CIVIL SOLTERO , JHEFFERSON ROJAS CANORIO, DE NACIONALIDAD PERUANA, PROFESION ABOGADO CON D.N.I. 43205012, ESTADO CIVIL SOLTERO ; SEÑALANDO DOMICILIO COMUN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN JR. ALCANFORES 754 URB ALTO DE FICUS – SANTA ANITA, LIMA, PROVINCIA DE LIMA Y DEPARTAMENTO DE LIMA. EN LOS TERMINOS SIGUIENTES:

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

SEGUNDO. - EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE S/ 85,013.00 (OCHENTA Y CINCO MIL TRECE CON 00/100 SOLES) REPRESENTADO POR: 8,501 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/ 1.00 CADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

1. JOSE LUIS LEANDRO NUÑEZ CALDERON, SUSCRIBE 5,951 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 59,508.76 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
2. RONALD EDGAR MEZA VILLANUEVA 2550 ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/. 25,504 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO

TERCERO. - LA SOCIEDAD SE REGIRÁ POR EL ESTATUTO SIGUIENTE Y EN TODO LO NO PREVISTO POR ESTE, SE ESTARÁ A LO DISPUESTO POR LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES – LEY 26887 – QUE EN ADELANTE SE LE DENOMINARÁ LA “LEY”.

ESTATUTO

ARTICULO 1.- DENOMINACION-DURACION-DOMICILIO: LA SOCIEDAD SE DENOMINA: NATURCUR BIO SOCIEDAD ANONIMA CERRADA” PUDIENDO USAR LA ABREVIATURA “NATURCUR BIO S.A.C.”.

TIENE UNA DURACION INDETERMINADA, INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURIDICA DESDE SU INSCRIPCION EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURIDICAS

SU DOMICILIO ES LA PROVINCIA DE LIMA DEPARTAMENTO DE LIMA PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAIS O EN EL EXTRANJERO.

ARTICULO 2.- OBJETO SOCIAL: LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE A: COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACION DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRA REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LICITOS, SIN RESTRICCION ALGUNA.

ARTÍCULO 3.- CAPITAL SOCIAL: EL MONTO DEL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE 85,013 (OCHENTA Y CINCO MIL TRECE CON 00/100 EN SOLES) REPRESENTADO POR 8,501 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN VALOR NOMINAL DE S/ 1.00 CADA UNA.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

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

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

LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS; Y

LA GERENCIA.

LA SOCIEDAD NO TENDRÁ DIRECTORIO.

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

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

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

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

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

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

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

A. DIRIGIR LAS OPERACIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS. B. REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES. EN LO JUDICIAL GOZARA DE LAS FACULTADES SENALADAS EN LOS ARTICULOS 74, 75, 77 Y 436 DEL CODIGO PROCESAL CIVIL, ASI COMO LA FACULTAD DE REPRESENTACION PREVISTA EN EL ARTICULO 10 DE LA LEY 26636 Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS; TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACION O SUSTITUCION. ADEMAS, PODRA CELEBRAR CONCILIACION

EXTRAJUDICIAL, PUDIENDO SUSCRIBIR EL ACTA CONCILIATORIA, GOZANDO DE LAS FACULTADES SENALADAS EN LAS DISPOSICIONES

LEGALES QUE LO REGULAN. ADEMAS PODRA CONSTITUIR Y REPRESENTAR A LAS ASOCIACIONES QUE CREA CONVENIENTE Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS. C. ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA; GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCONTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y REACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, PAGARES, CONOCIMIENTO DE EMBARQUE, CARTA DE PORTE, POLIZAS, CARTAS FIANZAS Y CUALQUIER CLASE DE TITULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES; OTORGAR RECIBOS CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTIA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRESTAMOS CON GARANTIA HIPOTECARIA, D. ADQUIRIR Y TRANSFERIR BAJO CUALQUIER TITULO; COMPRAR, VENDER, ARRENDAR, DONAR, DAR EN COMODATO, ADJUDICAR Y GRAVAR LOS BIENES DE LA SOCIEDAD SEAN MUEBLES O INMUEBLES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS YA SEAN PRIVADOS O PUBLICOS. EN GENERAL PODRA CONSTITUIR GARANTIA HIPOTECARIA, MOBILIARIA Y DE CUALQUIER FORMA. PODRA CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTORY Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACION EN PARTICIPACION Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACION EMPRESARIAL, VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. ADEMAS PODRA SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES. E. SOLICITAR, ADQUIRIR, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTE, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES CONFORME A LEY, SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELECTUAL. F. PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PUBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACION DEL OBJETO SOCIAL.

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

ARTICULO 9.- MODIFICACION DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCION DEL CAPITAL: LA MODIFICACION DEL PACTO SOCIAL, SE RIGE POR LOS ARTICULOS 198 Y 199 DE LA "LEY", ASI COMO EL AUMENTO Y

REDUCCION DEL CAPITAL SOCIAL, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 201 AL 206 Y 215 AL 220, RESPECTIVAMENTE DE LA “LEY”.

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

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

CUARTO. - QUEDA DESIGNADO COMO GERENTE GENERAL: JESUS ALFREDO CACERES VERGARA CON D.N.I. 70055790, CON DOMICILIO EN: MZ 12 LOTE 37 LAURA CALLER, DISTRITO DE LOS OLIVOS, PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA.

LIMA. DE LUNES 17 DEL AGOSTO DEL 2019

ANEXO 3: Solicitud de registro de nombre comercial



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

1. DATOS DEL SOLICITANTE <input type="checkbox"/> 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 JURÍDICA 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 <u>Legal</u> (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica):	
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú	
Dirección: Distrito: _____ Provincia: _____ Departamento: _____ Referencias de domicilio: _____	
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: asesoriavirtualdsd@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

F-MAR-03/03

6. DATOS RELATIVOS A LA MARCA A REGISTRAR

6.1. Tipo de Marca: <input type="checkbox"/> Denominativa (compuesto sólo por palabras y/o números) <input type="checkbox"/> Denominativa con grafía (compuesta por una o más palabras con un tipo de letra particular, con o sin color) <input type="checkbox"/> Mixta (combinación de palabras y elementos gráficos) <input type="checkbox"/> Tridimensional (constituida por envases u otras formas, vistas de todos sus ángulos) <input type="checkbox"/> Figurativa (compuesta sólo por una o más figuras, con o sin colores) <input type="checkbox"/> Otros: _____	6.2. En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA, escriba la denominación a solicitar	6.3. Reproducción del Signo En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL, insertar la reproducción de la marca. <small>Se sugiere enviar <u>copia fiel del mismo logotipo</u> al correo: asesoriavirtualdsd@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>						
6.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> <small>(en caso de NO MARCAR alguna opción, y de contener el signo algún color, se protegerán éstos conforme aparecen en la reproducción adjuntada)</small>								
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)								
<table border="1"> <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>	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)							
De no ser suficiente el espacio anterior, indicar las clases, productos y/o servicios adicionales en el ANEXO B								

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.

ANEXO 4: SOLICITUD DE REGISTRO DE LEMA COMERCIAL



DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS

SOLICITUD DE REGISTRO DE LEMA COMERCIAL

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 Jurídica 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 _____
-------------------------	---------------------

(*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayores a 150 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no menores a 150 U.I.T. ni mayores a 1700 U.I.T.; y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no menores a 1700 U.I.T. ni mayores a 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 Telf: 224 7800
 E-mail: asesoriavirtualdsd@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

F-MAR-06/03

4. DATOS RELATIVOS AL LEMA COMERCIAL SOLICITADO

4.1. Palabra o frase que lo conforma:			
a. Para usarse como complemento de:			
<input type="checkbox"/> Signo Registrado: _____	_____	_____	_____
	Certificado N°	Vigente hasta	Clase
<input type="checkbox"/> Signo Solicitado: _____	_____	_____	_____
	Expediente en trámite N°		Clase
(se deberá iniciar un trámite independiente por cada clase en la que se encuentre registrada la marca a publicar, de ser ésta multiclase)			

5. 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 1076. 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.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

**DIRECCIÓN 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 JURÍDICA
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: UNI <input type="checkbox"/> C.B. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> Persona Jurídica: RUC <input type="checkbox"/>
Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica):	
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú	
Dirección:	
Dicrito: Referencias de domicilio:	Provincia: Departamento:
En caso de contar con el servicio de correo electrónico, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en www.indecoopi.gob.pe)	Número de teléfono fijo y/o celular
De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a esta casilla.	

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

(De tener el solicitante un documento de poder [público](#), 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° _____ Aliento N° _____

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

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

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

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: asesoriavirtualisd@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>Se sugiere enviar <u>copia fiel del mismo locutorio</u> al correo: icono-estad@indecopi.gob.pe (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles)</p> <p>Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.</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"/></p> <p>(en caso de NO MARCAR alguna opción, y de contener el signo algún color, se protegerán éstos conforme aparecen en la reproducción adjunta)</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)

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)

De no ser suficiente el espacio anterior, indicar las clases, productos y/o servicios adicionales en el ANEXO B

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.

ANEXO 6: FORMATO DE SOLICITUD DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

	FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO <small>LEY Nº 28976 - Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificatorias</small>	Versión: 01	N° de expediente:
		Página: 1 de 2	Fecha de recepción:
		N° de recibo de pago:	

VER INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO (Página 2)

I MODALIDAD DEL TRÁMITE QUE SOLICITA (marcar más de una alternativa si corresponde)			
<p style="text-align: center; font-size: x-small;">Licencia de funcionamiento</p> <input type="checkbox"/> Indeterminada <input type="checkbox"/> Temporal <input type="checkbox"/> Licencia de funcionamiento más autorización de anuncio publicitario: Tipo de anuncio (especificar) _____ <input type="checkbox"/> Licencia para cesionario <input type="checkbox"/> Licencias para mercados de abastos, galerías comerciales y centros comerciales	<p style="text-align: center; font-size: x-small;">Cambios o modificaciones</p> <input type="checkbox"/> Modificación de área <input type="checkbox"/> Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica (Solo completar secciones I, II y III) N° de licencia de funcionamiento _____ Indicar nueva denominación o nombre comercial _____	<p style="text-align: center; font-size: x-small;">Otros</p> <input type="checkbox"/> Cese de actividades (Solo completar secciones I, II y III) N° de licencia de funcionamiento _____ <input type="checkbox"/> Transferencia de Licencia de Funcionamiento (Solo completar secciones I, II, III y adjuntar copia simple de contrato de transferencia) N° de licencia de funcionamiento _____ <input type="checkbox"/> Otros (especificar) _____	
II DATOS DEL SOLICITANTE			
Apellidos y Nombres/ Razón social			
N° DNI/ N° C.E.	N° RUC	N° Teléfono	Correo electrónico
Dirección			
Av./Ir./Ca./Pje./Otros	N°/Int./Mz/Lt./Otros	Urb./ AA.HH./Otros	Distrito y Provincia

III DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO		
Apellidos y Nombres	N° DNI/ N° C.E.	N° de partida electrónica y asiento de inscripción SUNARP (de corresponder)

IV DATOS DEL ESTABLECIMIENTO			
Nombre comercial			
Código CIU *	Giro/s*	Actividad	Zonificación
Dirección			
Av./Ir./Ca./Pje./Otros	N°/Int./Mz/Lt./Otros	Urb./ AA.HH./Otros	Provincia
Autorización Sectorial (de corresponder)			
Entidad que otorga autorización	Denominación de la autorización sectorial	Fecha de autorización	Número de autorización
Área total solicitada (m ²)	Croquis de ubicación		
	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>
	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>
	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>

* Esta información es llenada por el representante de la municipalidad.

	FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO <i>LEY Nº 28976 - Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificatorias</i>	Versión: 01	Nº de expediente:
		Página: 2 de 2	Fecha de recepción:
		Nº de recibo de pago:	

V DECLARACIÓN JURADA	
Declaro (DE CORRESPONDER MARCAR CON X)	
Cuento con poder suficiente vigente para actuar como representante legal de la persona jurídica conductora (alternativamente, de la persona natural que represento).	
El establecimiento cumple con las condiciones de seguridad en edificaciones y me someto a la inspección técnica que corresponda en función al riesgo, de conformidad con la legislación aplicable.	
El establecimiento cumple con la dotación reglamentaria de estacionamientos, de acuerdo con lo previsto en la ley.	
Cuento con título profesional vigente y estoy habilitado por el colegio profesional correspondiente (en el caso de servicios relacionados con la salud).	
Tengo conocimiento de que la presente Declaración Jurada y documentación está sujeta a la fiscalización posterior. En caso de haber proporcionado información, documentos, formatos o declaraciones que no corresponden a la verdad, se me aplicarán las sanciones administrativas y penales correspondientes, declarándose la nulidad o revocatoria de la licencia o autorización otorgada. Asimismo, brindaré las facilidades necesarias para las acciones de control de la autoridad municipal competente.	

Observaciones o comentarios del solicitante:
--

Fecha: <hr style="width: 20%; margin: auto;"/> Firma del solicitante/ Representante legal/ Apoderado DNI: Nombres y Apellidos:

VI CALIFICACIÓN DE RIESGO (Para ser llenado por el calificador designado de la municipalidad) *				
<input type="checkbox"/> ITSE Riesgo bajo	<input type="checkbox"/> ITSE Riesgo medio	<input type="checkbox"/> ITSE Riesgo alto	<input type="checkbox"/> ITSE Riesgo muy alto	
<hr style="width: 20%; margin: auto;"/> Firma y sello del calificador municipal Nombres y Apellidos:				

* Esta información debe ser llenada por el representante de la municipalidad.

INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO
<p>Sección I: Marcar con una "X" en la casilla según la modalidad del trámite que solicita, en caso de corresponder puede marcar más de una alternativa. De haber marcado "Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica" o "Cese de actividades", solo debe completar las secciones I, II y III. De haber marcado "Transferencia de Licencia de Funcionamiento", debe adjuntar una copia simple del contrato de transferencia y solo debe completar las secciones I, II y III.</p> <p>Nota: Si el establecimiento ya cuenta con una licencia de funcionamiento y el titular o un tercero va a realizar alguna de las actividades simultáneas y adicionales establecidas por el Ministerio de la Producción mediante Decreto Supremo Nº-2017-PRODUCE, no corresponde utilizar este Formato sino el "Formato de Declaración Jurada para informar el desarrollo de actividades simultáneas y adicionales a la licencia de funcionamiento".</p> <p>Si el establecimiento ya cuenta con una licencia de funcionamiento, el titular puede realizar actividades de cajero corresponsal sin necesidad de solicitar una modificación, ampliación o nueva licencia de funcionamiento ni realizar ningún trámite adicional.</p> <p>Sección II: En caso de persona natural, consignar los datos personales del solicitante. En caso de persona jurídica, consignar la razón social y el número de RUC.</p> <p>Sección III: En caso de representación de personas naturales, adjuntar carta poder simple firmada por el poderdante indicando de manera obligatoria su número de documento de identidad. En caso de representación de personas jurídicas consignar los datos del representante legal, número de partida electrónica y asiento de inscripción en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP).</p> <p>Sección IV: Consignar los datos del establecimiento, el tipo de actividad a desarrollar y la zonificación. Los campos correspondientes al "Código CIU" y "Giro/s" son completados por el representante de la municipalidad. Para aquellas actividades que, conforme al D.S. Nº 006-2013-PCM, requieran autorización sectorial previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento, consignar los datos de la autorización sectorial. Consignar el área total para la que solicita la licencia de funcionamiento. Consignar en el croquis la ubicación exacta del establecimiento.</p> <p>Sección V: De corresponder, marcar con una X.</p> <p>Sección VI: Sección llenada por el calificador designado de la municipalidad.</p>

ANEXO 7 Modelo de contrato de trabajo de naturaleza temporal por inicio o incremento de nueva actividad

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “Contrato por inicio o incremento de actividad” que celebran al amparo del Art. 57° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR y normas complementarias, de una parte (1)....., con R.U.C. N°.....y domicilio fiscal en, debidamente representada por el señor (2)con D.N.I. N°....., a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte don (3).....; con D.N.I. N°....., domiciliado en.....a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO: EL EMPLEADOR (4)requiere cubrir las necesidades (colocar la justificación del uso de esta modalidad)

SEGUNDO: Por el presente documento EL EMPLEADOR contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR quien desempeñará el cargo de (5), en relación con las causas objetivas señaladas en la cláusula anterior. TERCERO: El plazo de duración del presente contrato es de..... (máximo tres años), y rige desde eldel 20..., fecha en que debe empezar sus labores EL TRABAJADOR hasta el ...dedel 20..., fecha en que termina el contrato.

CUARTO: EL TRABAJADOR estará sujeto a un período de prueba de tres meses, la misma que inicia el ...de del 20... y concluye el.....de.....del 20...

QUINTO: EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente: De lunes a..... de.....horas a..... horas.

SEXTO: EL TRABAJADOR deberá cumplir con las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento interno de Trabajo (en caso cuente con uno debidamente registrado ante la AAT) y en las demás normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de

administración de la empresa, de conformidad con el Art. 9° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97-TR.

SETIMO: EL EMPLEADOR abonará al TRABAJADOR la cantidad de S/.....como remuneración mensual, de la cual se deducirá las aportaciones y descuentos por tributos establecidos en la ley que le resulten de aplicación.

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

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

Como muestra de conformidad con todas las cláusulas del presente contrato firman las partes, por triplicado a los.....días del mes de.....del año 20...

EL EMPLEADOR

EL TRABAJADOR

ANEXO 9 Modelo de contrato de trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “contrato intermitente”

Conste por el presente documento el Contrato de Trabajo a plazo fijo bajo la modalidad de “Contrato intermitente”, que celebran al amparo del Art. 64° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97TR y normas complementarias, de una parte (1), con R.U.C. N° y domicilio fiscal en, debidamente representada por el señor (2)....., con D.N.I. N.º, a quien en adelante se le denominará simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte (3)....., con D.N.I. N.º....., domiciliado en, a quien en adelante se le denominará simplemente EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO: EL EMPLEADOR (4)

SEGUNDO: Por el presente documento EL EMPLEADOR, contrata a plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR que desempeñará el cargo de (5), en relación con el objeto señalado cláusula anterior.

TERCERO: El presente contrato tiene un plazo de duración de meses, el mismo que regirá a partir del ... dedel 20..., fecha en que EL TRABAJADOR debe empezar sus labores, hasta el ... de del 20..., fecha en que termina el contrato.

CUARTO: EL TRABAJADOR estará sujeto a un período de prueba de tres meses, la misma que inicia el...de.....del 2013 y concluye el...de.....del 20....

QUINTO: Dada la naturaleza de la contratación y en aplicación del art. 65° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 00397-TR, el EMPLEADOR requerirá de los servicios de EL TRABAJADOR y para el mismo fin durante

SEXTO: EL TRABAJADOR cumplirá el horario de trabajo siguiente: De lunes a.....de.....horas ahoras.

SETIMO: EL TRABAJADOR deberá cumplir las normas propias del Centro de Trabajo, así como las contenidas en el Reglamento Interno de Trabajo (en caso cuente

con uno debidamente registrado ante la AAT) y en las demás normas laborales, y las que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art.9º de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por D. S. N° 003-97TR.

OCTAVO: EL EMPLEADOR abonará al TRABAJADOR la cantidad de S/.....como remuneración mensual, de la cual se deducirá las aportaciones y descuentos por tributos establecidos en la ley que le resulten aplicables.

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

DECIMO: Este contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el TUO del D. Leg. N° 789 aprobado por D. S. N° 003-97-TR Ley de Productividad y Competitividad Laboral, y demás normas legales que lo regulen o que sean dictadas durante la vigencia del contrato.

Conforme con todas las cláusulas, las partes firman el presente contrato, por triplicado a los...días del mes de.....del año 20....

----- -----
EL EMPLEADOR EL TRABAJADOR