



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

**EXPORTACIÓN DE CAQUI FRESCO DE LA VARIEDAD
ROJO BRILLANTE AL MERCADO DE VALENCIA -
ESPAÑA**

**PRESENTADO POR
LUIS ENRIQUE SALAZAR MARÍN**

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

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC

Reconocimiento – No comercial

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

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



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

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

EXPORTACIÓN DE CAQUI FRESCO DE LA VARIEDAD ROJO
BRILLANTE AL MERCADO DE VALENCIA - ESPAÑA

Presentado por:

Bachiller: Luis Enrique Salazar Marín

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

Lima – Perú

2020

ÍNDICE

RESUMEN	8
1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN	11
2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	13
2.1. Nombre o razón social	13
2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)	14
2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial	15
2.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha	15
2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características.....	16
2.6. Estructura Orgánica	17
2.7. Cuadro de asignación de personal.....	20
2.8. Forma Jurídica Empresarial	21
2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI.....	22
2.10. Requisitos y Trámites Municipales	23
2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades	24
2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).....	25
2.13. Régimen Laboral Especial MYPE	25
2.14. Modalidades de Contratos Laborales.....	28
2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.....	28
3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL	31
3.1. Descripción del producto.....	31
3.1.1. Clasificación arancelaria	32
3.1.2. Propuesta de valor.....	33
3.1.3. Ficha técnica comercial	33
3.2. Investigación del Mercado Objetivo.....	34
3.2.1. Segmentación del mercado objetivo	35
3.2.2. Tendencias de consumo	38
3.3. Análisis de la oferta y la demanda	40
3.3.1. Análisis de la oferta	40
3.3.2. Análisis de la demanda.....	43
3.4. Estrategias de Ventas y Distribución.....	43

3.4.1.	Estrategias de segmentación (a los distribuidores)	44
3.4.2.	Estrategias de posicionamiento	44
3.4.3.	Estrategias de distribución.....	45
3.5.	Estrategias de Promoción	46
3.6.	Tamaño de planta. Factores condicionantes	46
4.	PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL.....	48
4.1.	Envases, empaques y embalajes.....	48
4.2.	Diseño del rotulado y marcado.....	50
4.2.1.	Diseño del rotulado.....	50
4.2.2.	Diseño del marcado.....	51
4.3.	Unitarización y cubicaje de la carga.....	53
4.4.	Cadena de DFI de exportación	56
4.5	Seguro de las mercancías	59
5.	PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL	61
5.1	Fijación de precios	61
5.1.1.	Costos y precio.....	61
5.1.2	Cotización internacional.....	66
5.2.	Contrato de compra venta internacional y sus documentos	68
5.3	Elección y aplicación del Incoterm	68
5.4	Determinación del medio de pago y cobro	69
5.5	Elección del régimen de exportación	71
5.6	Gestión aduanera del comercio internacional	72
5.7.	Gestión de las operaciones de exportación: flujograma	72
6.	PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	74
6.1.	Inversión Fija	74
6.1.1.	Activos tangibles.....	74
6.1.2	Activos intangibles	75
6.2.	Capital de Trabajo.....	76
6.3.	Inversión Total	77
6.4.	Estructura de Inversión y Financiamiento.....	77
6.5.	Fuentes financieras y condiciones de crédito.....	79

6.6. Presupuesto de costos.....	80
6.7. Punto de Equilibrio.....	82
6.8. Tributación de la exportación	82
6.9. Presupuesto de ingresos	82
6.10. Presupuesto de egresos	83
6.11. Flujo de caja proyectado	83
6.12. Estado de Ganancias y Pérdidas	85
6.13. Evaluación de la Inversión	86
6.13.1. Evaluación Económica.....	86
6.13.2. Evaluación Financiera.....	87
6.13.3. Evaluación social	88
6.13.4. Impacto ambiental	88
6.14. Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo.....	88
6.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio	89
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	91
7.1. Conclusiones	91
7.2. Recomendaciones	91
REFERENCIAS	92
ANEXO	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Gastos de constitución de la empresa	14
Tabla 2. Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU).....	15
Tabla 3. Características de una microempresa	17
Tabla 4. Cuadro de Asignación de personal (expresado en soles).....	21
Tabla 5. Aporte de los socios (expresado en soles)	22
Tabla 6. Características del Régimen MYPE Tributario (RMT).....	25
Tabla 7. Beneficios sociales del Régimen Laboral Especial MYPE	27
Tabla 8. Clasificación arancelaria.....	32
Tabla 9. Ficha Técnica del caqui.....	33
Tabla 10. Total de exportaciones peruanas de la partida 0810.70.00.00 a nivel mundial (En Kilogramos)	35
Tabla 11. Importaciones de las provincias de España de la partida 0810.70.00.00 (En kilogramos)	36
Tabla 12. Principales países exportadores a España de la partida 0810.70.00.00 (En kilogramos)	40
Tabla 13. Total de exportaciones peruanas de la partida 0810.70.00.00 a nivel mundial (En kilogramos)	41
Tabla 14. Principal empresa peruana que exportan la partida 0810.70.00.00 a España.....	42
Tabla 15. Determinación de la demanda potencial anual	43
Tabla 16. Modelo del rotulado.....	51
Tabla 17. Unitarización del empaque y pallet.....	54
Tabla 18. Cubicaje de la carga.....	56
Tabla 19. Proveedores de cajas de cartón	57
Tabla 20. Costos de producción por envío (expresado en soles)	62
Tabla 21. Activos Tangibles (expresado en soles)	62
Tabla 22. Costos fijos (expresado en soles).....	63
Tabla 23. Costos administrativos (expresado en soles)	63
Tabla 24. Activos Intangibles (expresado en soles)	64
Tabla 25. Costos de Comercialización Internacional por envío (T/C S/. 3.61) (expresado en dólares)	64

Tabla 26. Estructura del precio de exportación y de venta (T/C S/. 3.61) (expresado en soles).....	65
Tabla 27. Activos Tangibles (expresado en soles)	75
Tabla 28. Activos Intangibles (expresado en soles)	75
Tabla 29. Capital de Trabajo (expresado en soles)	76
Tabla 30. Inversión Total (expresado en soles).....	77
Tabla 31. Financiamiento de la inversión (expresado en soles)	78
Tabla 32. Amortización de la deuda (expresado en soles)	78
Tabla 33. Costos de producción por envío (expresado en soles)	80
Tabla 34. Costos administrativos (expresado en soles)	81
Tabla 35. Costos de Comercialización Internacional por envío (T/C S/. 3.61) (expresado en dólares)	81
Tabla 36. Punto de equilibrio (expresado en soles).....	82
Tabla 37. Ingresos anuales (T/C S/. 3.61) expresado en soles	83
Tabla 38. Flujo de caja económico (expresado en soles)	84
Tabla 39. Flujo de caja financiero (expresado en soles).....	84
Tabla 40. Estado de Ganancias y Pérdida (expresado en soles)	85
Tabla 41. Evaluación Económica (expresado en soles)	87
Tabla 42. Evaluación Financiera (expresado en soles)	87
Tabla 43. Determinación del COK.....	89
Tabla 44. Determinación de la WACC.....	89
Tabla 45. Análisis de sensibilidad con tipo de cambio (expresado en soles).....	90

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estructura orgánica de la empresa	17
Figura 2. Nombre comercial	22
Figura 3. Participación del mercado de los principales supermercados de España en el año 2019	37
Figura 4. Envase tipo alveolo	48
Figura 5. Empaque caja troquelada	49
Figura 6. Embalaje con zuncho y esquineros	50
Figura 7. Diseño del rotulado y marcado	53
Figura 8. Pallet europeo o europalet	55
Figura 9. Cadena de Distribución Física Internacional	59
Figura 10. Cotización de Frutos Selectos de Exportación S.A.C.	67
Figura 11. Incoterm FOB 2020	69
Figura 12. Flujograma carta de crédito	71
Figura 13. Flujograma de exportación definitiva	73
Figura 14. Tasa de interés promedio del sistema bancario	80

RESUMEN

El presente plan de negocio, tiene como finalidad la exportación de caqui de la variedad Rojo Brillante al mercado de Valencia, España. Para ello se constituye la empresa Frutos Selectos de Exportación como S.A.C. (Sociedad Anónima Cerrada) con la finalidad de limitar las responsabilidades de los dos socios, además de ser la modalidad que más se emplea para las microempresas. El régimen laboral a utilizar será el Régimen Laboral Especial para la microempresa regido bajo la Ley MYPE; se optó por esta modalidad, ya que es una empresa que recién está iniciando sus actividades y tiene recursos limitados.

De acuerdo a la investigación de mercado que se realizó, España es uno de los principales importadores de la partida general 0810.70, cabe mencionar que Perú cuenta con un Tratado de Libre Comercio con la UE, abriendo una gran oportunidad de negocio, adicionalmente tomando en cuenta las costumbres y tendencias actuales que los consumidores españoles tienen respecto a los productos naturales y saludables.

Para evaluar correctamente el plan de negocios se han considerado los siguientes puntos: organización y aspectos legales, marketing internacional, logística internacional, comercio internacional y el plan económico financiero.

En relación al punto de organización y aspectos legales, se menciona el tipo de sociedad que presente la empresa, el nombre o razón social, la actividad económica, la ubicación, los objetivos de la empresa, ley de MYPE, estructura orgánica entre otros.

En el punto de marketing internacional, se menciona la descripción del producto, la tendencia del consumidor español, la investigación del mercado objetivo, el análisis de la oferta y la demanda a través de la recopilación de datos estadísticos; y las estrategias de venta y distribución, siendo este un punto fundamental para determinar la viabilidad del negocio y continuar con el proyecto.

En el plan de logística internacional se menciona el material del envase, empaque y embalaje a usar, la cantidad a exportar así como también los requisitos del diseño del rotulado y marcados acordes a las exigencias del mercado español. La unitarización y cubicaje serán piezas importantes de este punto, así como la cadena de DFI de exportación, el cual es detallado desde el acopio del producto hasta su entrega a nuestro distribuidor quien se encargará de vender y repartirlo a los principales supermercados.

En relación al comercio internacional, se menciona la fijación de precios, el contrato de compra venta internacional, la elección y aplicación del Incoterm FOB, la determinación del medio de pago (carta de crédito), la elección del régimen de exportación, la gestión aduanera y la gestión de las operaciones de exportación. Además, en este punto se detalla con detenimiento los montos y aplicación de la internacionalización del producto a exportar.

En el último punto del plan económico financiero se determina la inversión fija, el capital de trabajo, el monto de la inversión para el negocio, el cual será mediante financiación de los dos socios y del banco BCP. Además, se concluye los presupuestos de ingresos y egresos, estados de ganancias y pérdidas, y la

evaluación de costo de oportunidad. En este punto se indica mediante números la viabilidad del negocio con total seguridad

El plan de negocio plantea una inversión inicial de S/. 62,423; para ello los dos socios aportarán un 70% y se financiará el 30%, es decir S/. 18,800 con el Banco BCP, a una tasa de interés anual de 14.02% a un plazo de tres años.

Las ventas anuales proyectadas son de S/. 270,000 para el primer año, logrando un VANF de S/. 103,397.60 y un TIRF de 69.05% para un período proyectado de 5 años; lo que hace el proyecto viable.

1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

La idea de negocio es la exportación de caqui de la variedad Rojo Brillante a la provincia de Valencia (España), de forma especial en la temporada comprendida entre los meses de enero a julio, que es la de menor oferta en el mercado de destino. Los supermercados españoles vienen solicitando con insistencia esta fruta en los meses en que no hay producción en España. Por tal motivo el Perú puede ser una buena opción como proveedor en los meses de desabastecimiento.

A pesar de ser una de las especies de reciente introducción en la fruticultura peruana, la producción y consumo de caquis en la última década ha tenido un gran crecimiento, tanto en Asia, donde ya hay una gran tradición de consumo, como en otros países del continente europeo y de igual manera en América del Norte.

España es el mayor productor mundial, crecimiento sustentado exclusivamente en la variedad Rojo Brillante. A poca distancia de España, se encuentra China, segundo país productor, su producción está basada en una gran cantidad de variedades con un bajo rendimiento, que se destinan tanto a consumo en fresco como para su industrialización, especialmente como caqui deshidratado.

En esa dirección, se revisan las tendencias del mercado externo y se busca un producto que tenga perspectivas de crecimiento sólidas, mercados en expansión y constituya una atractiva propuesta de valor. Por tal motivo el Perú se proyecta como un exitoso proveedor de esta fruta por su capacidad de producir en contra estación respecto de los principales consumidores mundiales y por la alta productividad que viene registrando al adaptarse a las condiciones del suelo y clima de la costa

peruana. En el Perú ya existe una demanda interna para esta fruta. A pesar de que aún son pocas las hectáreas en que se cultiva, los productores han visto su potencial y la demanda de los mercados extranjeros. De a pocos el caqui Rojo Brillante se ha adaptado en todas las zonas que cubren la costa peruana en las zonas de Huaral, Huacho, Cañete e Ica

Esto hace posible que el Perú tenga una ventaja muy grande y pueda exportar a Europa, Rusia y Asia, donde hay un gran consumo de caqui y se considere al Rojo Brillante como una variedad Premium debido a que es una fruta mucho más grande, con mejor apariencia y firme incluso antes de su total madurez. Sin duda este fruto es una alternativa que puede dar el salto como tantos otros productos de agroexportación.

Es importante destacar que el caqui Rojo Brillante es una fruta comercialmente atractiva debido a sus propiedades medicinales, delicioso sabor, perfumado aroma y prolongada vida de postcosecha ofreciendo una oportunidad de negocio para ingresar a un nicho de consumidores con un estilo de vida saludable. Por estas características, y también otras, este cultivo resulta una excelente alternativa para los productores peruanos que buscan incrementar su canasta agroexportadora.

Nuestro producto está dirigido a hombres y mujeres de cualquier edad, que desean tener un hábito alimenticio saludable. Además como una alternativa en contra estación y abastecer a empresas comercializadoras europeas interesadas en buscar esta fruta para suplir su demanda durante todo el año.

2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. Nombre o razón social

La razón social es la denominación por la cual se conoce colectivamente a una empresa y está ligada al RUC. Con esto se identificará ante la SUNAT, bancos, entidades y compañías para realizar trámites, hacer compras o ventas, entre otros. Es importante aclarar que la razón social no es necesariamente el nombre comercial. Para el presente plan de negocio se constituirá una empresa, que tendrá como razón social FRUTOS SELECTOS DE EXPORTACIÓN S.A.C. y con nombre comercial "KAKI FRESH PERÚ".

Para que una empresa se pueda constituir legalmente se deben seguir los siguientes pasos los cuales se detallan a continuación:

- **Búsqueda y reserva de nombre.** La reserva de nombre es un paso previo a la constitución de una empresa. No es un trámite obligatorio pero sí recomendable. La SUNARP verifica si existe alguna igualdad o coincidencia con otro nombre, o razón social de una empresa o sociedad preexistente.
- **Elaboración de la Minuta.** Mediante la minuta el titular de la empresa o los integrantes de la sociedad manifiestan su voluntad de constituir la empresa.
- **Elaboración de Escritura Pública.** Al tener listo la redacción de la minuta, se debe llevar a una notaría para que sea revisada y elevada a Escritura Pública. Este documento debe estar firmado y sellado por el notario y debe contar con la firma del titular o los socios.

- **Inscripción en Registros Públicos.** Este procedimiento lo realiza el mismo notario que realizará la inscripción de la empresa en la SUNARP.

A continuación, se presenta los gastos relacionados a la constitución de la empresa en la siguiente tabla.

Tabla 1. Gastos de constitución de la empresa

Descripción	Costo
Búsqueda de nombre	5.00
Reserva de nombre	20.00
Elaboración de minuta	185.00
Servicios del Notario Público	170.00
Derecho de calificación	40.00
Nombramiento del apoderado	30.00
Derechos de inscripción	50.00
TOTAL	S/. 500.00

Fuente: Elaboración propia

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

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

De acuerdo al CIIU, el código respectivo en relación a nuestra actividad económica se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 2. Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU)

Código	Descripción
4620	Venta al por mayor de materias primas agropecuarias y animales vivos.

Fuente: SUNAT

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

Nuestra oficina administrativa con un área promedio de 55 m² se ubica en la Av. de los Patriotas 151, San Miguel. Este distrito fue elegido por los siguientes motivos:

- La propiedad donde se ubica la oficina pertenece a la familia de nuestro socio (Jefe Comercial), quien acondicionó una parte de su inmueble para realizar consultorías y asesoramientos de manera independiente muy aparte del honorario de su trabajo. De esta manera nos facilitará esa parte de su inmueble para el inicio de nuestras actividades y así ahorrarnos en el alquiler de uno.
- El lugar tiene la infraestructura adecuada a las necesidades de la empresa.
- La accesibilidad al transporte público y cercanía con el puerto marítimo.

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

- **Visión:**

Ser reconocido en el mercado internacional como un proveedor confiable en el abastecimiento de caqui y contribuir a la expansión del agro peruano en el mercado extranjero y el apoyo social al agricultor.

– **Misión:**

Promover la comercialización y exportación de caqui como una alternativa en contra estación. Además de una búsqueda constante de nuevas oportunidades de crecimiento, para beneficio de los clientes, socios y el medioambiente.

– **Objetivos de la empresa:**

- Posicionar a la empresa dentro del rubro agroexportador.
- Mantener una buena imagen de la empresa, a nivel de clientes, proveedores y competencia.
- Desarrollar y capacitar a nuestro personal en todas las áreas, potenciando los valores de profesionalismo, calidad y servicio.
- Respetar el medioambiente a través de un desarrollo sostenible en todas las etapas involucradas en el proceso productivo.

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

En los últimos años se ha hecho común ver grupos de emprendedores surgiendo económicamente con sus negocios. Muchos de ellos adoptan este modelo de empresa (MYPE), ya que, en principio, no requieren una inversión de capital muy grande. Se constituyen como buenas oportunidades de desarrollo y cobran cada vez mayor importancia dentro de la economía. Por esta razón, nuestra empresa se acogerá al régimen MYPE como microempresa puesto que las ventas anuales no van a superar el monto máximo de 150 UIT (Unidades Impositivas Tributarias). La microempresa debe reunir las siguientes características que se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 3. Características de una microempresa

MICROEMPRESA	
Número de trabajadores	De uno (1) hasta diez (10) trabajadores en planilla.
Ventas anuales	Hasta el monto máximo de 150 UIT (S/. 645,000)

Fuente: SUNAT

2.6. Estructura Orgánica

La empresa en su etapa inicial estará conformada por una Junta de accionistas (dos socios), un gerente general, un jefe comercial, un jefe de logística, un contador y un asesor legal (los dos últimos externos). El tipo de estructura que adoptará nuestra empresa será de tipo funcional, ya que los cargos serán asignados de acuerdo a las funciones que se realicen, tal y como se muestra en la siguiente figura.

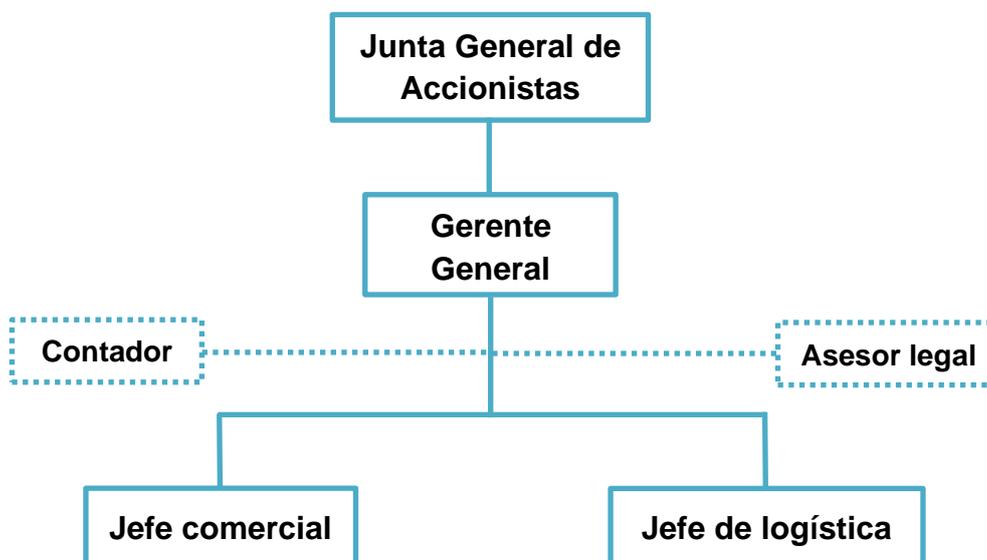


Figura 1. Estructura orgánica de la empresa

Fuente: Elaboración propia

Cabe mencionar que los puestos que forman parte del organigrama corresponden al personal necesario para cumplir con la puesta en marcha del proyecto. A continuación, se detalla las funciones que realizará cada personal en la empresa:

- **Gerente General.** Es el representante legal y está facultado para tomar decisiones que conciernen a la empresa como los referentes a contratos, aspectos financieros y al funcionamiento general de la organización. Además de las siguientes otras funciones:
 - Planear y desarrollar, metas a corto y largo plazo, así como el cumplimiento de los objetivos de la empresa.
 - Velar por el interés de la organización.
 - Crear y mantener buenas relaciones con las instituciones financieras, personales y proveedores.

- **Jefe comercial.** Sus principales funciones son:
 - Analizar las tendencias del mercado para determinar la demanda de los consumidores y el volumen estimado de ventas.
 - Ofrecer los productos de manera intensiva.
 - Incrementar la cartera de clientes y mantener o potenciar los ya existentes.
 - Analizar el mercado y definir las estrategias de ventas para tomar las decisiones y medidas necesarias.
 - Seguir la política de precios de la compañía y las condiciones de venta.

- Optimizar las estrategias de marketing para lograr el incremento de las ventas y satisfacer las necesidades del consumidor.

- **Jefe de logística.** Sus principales funciones son:
 - Buscar, negociar y seleccionar a los proveedores locales.
 - Gestionar las órdenes de compra con el proveedor local y con el importador.
 - Supervisar todas las actividades de la cadena logística para cumplir con las condiciones pactadas y los tiempos de entrega.
 - Gestionar y planificar las actividades de compras, transporte, almacenaje y distribución.
 - Negociar con los proveedores, agentes de carga y agentes aduaneros a fin de optimizar los recursos y procesos.
 - Coordinar los envíos al importador.
 - Hacer seguimiento de la carga y de los procedimientos aduaneros de exportación.

- **Asesor legal.** Sus principales funciones son:
 - Garantizar la correcta constitución de cualquier tipo de sociedad o estructura jurídica y la redacción de los documentos de cualquier naturaleza que se requiera.
 - Brindar orientación e información sobre todos aquellos temas relacionados con la aplicación de normativas, leyes y reglamentos en materia de Derecho Internacional.

- Amplio y profundo conocimiento de la ley actual vigente, para defender y actuar en todo momento ante cualquier imprevisto.
 - Negociar y elaborar todo tipo de contratos mercantiles, civiles y laborales (compraventa, préstamos, pólizas, etc.)
 - Controlar y solucionar las situaciones de desequilibrio patrimonial.
 - Realizar trámites y gestiones ante organismos públicos, registros, notarías, etc.
- **Contador.** Sus principales funciones son:
- Coordinar, supervisar y controlar la ejecución de los procedimientos administrativos, financieros y contables que rigen el funcionamiento interno de la organización, optimizando los recursos asociados y asesorando en la toma de decisiones a la Gerencia.
 - Manejo de flujos de caja y estados financieros, declaración de impuestos y planilla de los trabajadores.
 - Presupuestos y manejo de caja.
 - Controlar las obligaciones bancarias de la organización.
 - Preparar el pago de impuestos según el cronograma de la SUNAT.
 - Elaborar consolidación del gasto mensual y anual.
 - Ejecutar cierre contable mensual y anual de la organización.

2.7. Cuadro de asignación de personal

Se contratará al inicio solo al personal necesario (gerente general, jefe comercial y jefe de logística) a un solo turno de 8 horas durante los cinco días de la semana cumpliendo con todos los beneficios de ley exigidos por el Ministerio de Trabajo.

En cuanto a servicios de terceros se requerirá el apoyo de un abogado para las asesorías y temas legales que puedan concernir durante la puesta en marcha del proyecto, al igual que un contador que se encargará de los temas contables de la empresa. Serán contratados por recibo por honorarios (locación de servicios) puesto que no cumplen con un horario de trabajo y no tienen una relación de subordinación con la empresa. A continuación, se presenta la asignación de personal de la empresa en la siguiente tabla.

Tabla 4. Cuadro de Asignación de personal (expresado en soles)

Cargo	Sueldo mensual	Sueldo anual	SIS anual	Vacaciones	Costo anual
Gerente General	1,450	17,400	180	725	18,305
Jefe comercial	1,300	15,600	180	650	16,430
Jefe de logística	1,300	15,600	180	650	16,430
Asesor legal	930	930	-	-	930
Contador	1,150	13,800	-	-	13,800
TOTAL	S/.6,130	S/. 63,330	S/. 540	S/. 2,025	S/. 65,895

Fuente: Elaboración propia

2.8. Forma Jurídica Empresarial

La forma jurídica seleccionada para la empresa será de Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.) definida con un plazo de cinco años de acuerdo a la duración del proyecto, conformada por una Junta General de Accionistas compuesta por dos socios que aportarán un capital de S/. 43,623 para el inicio de las actividades de la empresa. En la siguiente tabla, se muestra el porcentaje de participación de acuerdo al aporte que ha realizado cada socio.

Tabla 5. Aporte de los socios (expresado en soles)

Socios	Capital	Participación %
Primer accionista	S/. 23,992.65	55%
Segundo accionista	S/. 19,630.35	45%
Total de aporte	S/. 43,623.00	100%

Fuente: Elaboración propia

Se escogió este tipo de organización ya que otorga responsabilidad limitada a los socios, la cual está sujeta al capital que aportan; además de ser un tipo de sociedad muy conveniente para una empresa familiar, pequeña o mediana, y con una mayor posibilidad de acceder a créditos financieros.

2.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

Un nombre comercial identifica la actividad económica o comercial a la que se dedica un negocio o empresa. Es importante hacer el registro de este signo distintivo para estar protegido legalmente y nadie pueda usarlo. El registro dura 10 años que puede extenderse con renovaciones y solo es válido en Perú. El proceso se lleva a cabo ante el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI).

Según INDECOPI, para realizar el registro del nombre comercial “KakiFresh Perú” es necesario seguir y cumplir con los siguientes procedimientos:



Figura 2. Nombre comercial

Fuente: Elaboración propia

- Pagar el derecho de trámite cuyo costo es de S/. 534.99 en el Banco de la Nación o Banco de Crédito.
- Presentar la solicitud a Indecopi para registrar un signo gráfico o tridimensional con los requisitos necesarios (3 copias de la imagen impresa de 5 x 5 cm en blanco y negro o a color en formato JPG o TIFF).
- Revisar la publicación del nombre comercial a través de La Gaceta Electrónica. Cualquier persona podrá oponerse al registro de tu nombre comercial durante 30 días. Serás notificado cuando se publique y también en el caso de que alguien presente alguna oposición. Si esto último ocurre, todo el expediente será derivado a la Comisión de Signos Distintivos.
- Una vez pasado el período de publicación (haya o no oposición), tu registro será evaluado y recibirás una notificación, sea la respuesta positiva o negativa. Si el resultado es positivo, recibirás la entrega de un certificado de registro de nombre comercial. Si el resultado es negativo y no estás de acuerdo con las razones, podrás solicitar un recurso de reconsideración hasta 15 días después de que la resolución fue comunicada.

2.10. Requisitos y Trámites Municipales

Según la ordenanza N°139-MDSM emitida por la Municipalidad Distrital del San Miguel, el otorgamiento de la licencia de funcionamiento será exigibles como máximo, los siguientes requisitos:

- Completar la solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada, en la cual se consignará el número de RUC y DNI del solicitante.

- Copia de la vigencia de poder del representante legal o carta poder con firma legalizada.
- Declaración Jurada de observancia de condiciones de seguridad (hasta 100 m²)
- Pago de la tasa de acuerdo a lo especificado en el TUPA (Texto Único de Procedimientos Administrativos).
- El plazo máximo para la obtención de este permiso es de 10 días hábiles a un costo de S/. 113.10

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

Una vez obtenido la inscripción de nuestra empresa por parte de los Registros Públicos (SUNARP), se deberá tramitar la inscripción del RUC, registro a cargo de la SUNAT.

En cuanto al régimen tributario, establece la manera en la que se pagan los impuestos y los niveles de pagos de los mismos. Se puede optar por un régimen dependiendo del tipo y el tamaño del negocio.

La empresa se acogerá bajo el Régimen MYPE Tributario (RMT), creado especialmente para las micro y pequeñas empresas que generen rentas de Tercera Categoría y cuyos ingresos netos no superen los 1,700 UIT en el año. A continuación, en la siguiente tabla se presenta las características y obligaciones tributarias bajo este régimen.

Tabla 6. Características del Régimen MYPE Tributario (RMT)

Régimen MYPE Tributario (RMT)	
Límite de ingresos	Ingresos netos que no superen las 1,700 UIT
Restricción por tipo de actividad	No tiene
Límite de compras	Sin límite
Valor de activos fijos	Sin límite
Comprobantes de pago que puede emitir	Factura, boleta y todos los demás permitidos.
Pago de tributos mensuales	Se paga el 1.5% de los ingresos netos mensuales.
Impuesto General a las Ventas (IGV) mensual	18% de las ventas realizadas.

Fuente: SUNAT

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

La planilla electrónica es un documento llevado a través de los medios informáticos desarrollados por la SUNAT. La empresa bajo este concepto incluirá una lista de toda la información laboral de los trabajadores y de sus ingresos mensuales, así como también los descuentos, los días laborados y no laborados, horas ordinarias y en sobretiempo del trabajador. Para ello, se descarga un programa desde el portal de la SUNAT, en el cual se elabora la declaración jurada y se envía mediante SUNAT Operaciones en Línea (SOL).

2.13. Régimen Laboral Especial MYPE

Los trabajadores y las MYPES cuentan con un Régimen Laboral Especial, no obstante pueden pactar mejores condiciones laborales con sus empleadores

MYPE. La permanencia en este régimen puede variar si la MYPE supera por dos años consecutivos sus niveles máximos de ventas.

Como requisito indispensable para tener este régimen laboral, la micro o pequeña empresa debe estar inscrita en el REMYPE (Registro Nacional de Micro y Pequeña Empresa), a cargo del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), un registro que se realiza a través de Internet, solo con el RUC del empleador y su clave SOL.

Los trabajadores comprendidos en este régimen tienen derecho a percibir por su trabajo, por lo menos, una remuneración mínima vital (RMV) actualmente de S/.930, además de gozar de los siguientes beneficios:

- **Jornada de trabajo, horario de trabajo y trabajo en sobretiempo:** la jornada de trabajo de las MYPE es de ocho (08) horas diarias o cuarenta y ocho (48) semanales.
- **Descanso semanal obligatorio:** el descanso semanal obligatorio otorgado preferentemente el día domingo y el descanso en días feriados.
- **Descanso vacacional:** el trabajador de las MYPE tendrá derecho como mínimo, a quince (15) días calendario de descanso por cada año completo de servicios. Asimismo, el descanso vacacional podrá ser reducido de quince (15) a siete (07) días, con la respectiva compensación de ocho días de remuneración. El acuerdo de reducción debe constar por escrito.
- **Indemnización por despido injustificado:** 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.

- **Seguridad Social en Salud:** los trabajadores de las microempresas deben ser afiliados, como mínimo, al Sistema Integral del Salud (SIS). Tiene un costo mensual de S/.30 por familia, monto que será asumido en un 50% por el Estado, mientras que el otro 50%, S/.15.00 será asumido por la empresa a cada trabajador.

A continuación, en la siguiente tabla se presenta un resumen de los beneficios del régimen laboral especial de la micro empresa.

Tabla 7. Beneficios sociales del Régimen Laboral Especial MYPE

Micro empresa
- Remuneración Mínima Vital (RMV) de S/. 930
- Jornada de trabajo de 8 horas
- Descanso semanal y en días feriados
- Remuneración por trabajo en sobre tiempo
- Descanso vacacional de 15 días calendarios
- Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (Seguro Integral de Salud)
- Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)

Fuente: SUNAT

Al ser establecida como una microempresa se acogerá a los beneficios del Régimen Laboral Especial. Donde, según el Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo, los siguientes derechos se excluyen: compensación por tiempo de

servicios (CTS), gratificaciones, seguro complementario de trabajo de riesgo (SCTR), asignación familiar y participación en utilidades.

2.14. Modalidades de Contratos Laborales

La contratación de personal de acuerdo al proyecto de negocio desarrollado se vinculará a los trabajadores mediante la firma de contrato a tiempo determinado o plazo fijo con un periodo de prueba de solo tres meses prorrogables por tres meses más. Pasado el tiempo de un año, el trabajador pasa a la condición de estable. Desde el primer día de prueba, el empleado ingresa a planilla, pero puede ser despedido antes de cumplir el periodo de prueba sin que la empresa esté obligada a pagar indemnización.

El contrato será renovado si la empresa lo desea o en caso contrario, prescindir de los servicios si es que el trabajador no cumple con los requerimientos exigidos en cuanto al desempeño.

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas

Un contrato comercial es un acuerdo legal entre dos o más partes mediante el cual se obligan a realizar ciertas actividades estipuladas, estos pueden ser verbales o escritos. En el caso de nuestra empresa serán contratos escritos garantizando una mayor seguridad y organización:

- **Contrato de acta constitucional.** Documento de constancia notarial donde se registrarán diferentes datos correspondientes a la formación de la sociedad. Se detalla información sobre los integrantes de la sociedad,

funciones de cada uno, firmas y toda aquella información de importancia y fundamental de la sociedad que se constituye.

- **Contrato de trabajo.** Es el acuerdo voluntario entre el trabajador y el empleador para intercambiar actividad subordinada por remuneración. El contrato de trabajo da inicio a la relación laboral, generando un conjunto de derechos y obligaciones para el trabajador y el empleador.
- **Contrato de prestación de servicios.** Contrato que se firmará con el asesor legal, el cual brindará orientación e información en relación a los temas legales de la empresa y se le pagará mediante recibo por honorarios. Del mismo modo con el contador que se encargará de los temas contables.
- **Contrato con proveedores.** El contrato con proveedores para garantizar el abastecimiento de la materia prima, así como la responsabilidad de cada una de las partes.
- **Contrato de operador logístico especializado.** Contrato que se firmará con la empresa Ransa que realizará un servicio integral completo de la exportación hasta el punto de entrega FOB de la carga brindando los siguientes servicios: transporte de materia prima, envasado y empaquetado, paletización de la carga, almacenamiento en cámara de frío, etc.
- **Contrato de compra y venta internacional.** Es un contrato de característica bilateral, pues genera obligaciones para ambas partes, es decir, tanto para el vendedor como para el comprador.

La responsabilidad de los accionistas y socios está generalmente limitada a la cifra de capital aportada por cada uno de ellos. En nuestra empresa el representante legal que cuenta con las facultades para la firma de los contratos comerciales es el gerente general. El gerente general es también el representante con responsabilidad civil sobre la empresa, siendo su responsabilidad penal, civil y administrativa.

3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

3.1. Descripción del producto

El producto a exportar es la fruta caqui Rojo Brillante a España, de forma especial en la temporada comprendida entre los meses de enero a julio, que es la de menor oferta en el mercado de destino.

Su fruto es una baya globosa y lobulada (80–250 g) de color amarillo-anaranjado que cambia al rojo intenso en la madurez. Se dividen en dos tipos: astringentes y no astringentes. En algunas variedades el fruto contiene gran cantidad de taninos que le dan un sabor astringente en la recolección e impiden su consumo antes de su maduración completa.

El producto se ofrecerá en cajas de 2.8 kg. Así mismo, el público objetivo al que está dirigido es a hombres y mujeres de cualquier edad, cuidadosos de la alimentación y salud.

A pesar de ser una de las especies de reciente introducción en la fruticultura peruana, la producción y consumo de caquis en la última década ha tenido un gran crecimiento, tanto en Asia, donde ya hay una gran tradición de consumo, como en otros países del continente europeo y de manera incipiente en América del Norte.

Los supermercados europeos vienen solicitando con insistencia esta fruta en los meses en que no hay producción en España. Por tal motivo el Perú puede

ser una buena opción como proveedor en los meses de desabastecimiento. De a pocos el caqui Rojo Brillante se ha adaptado en las zonas de Huaral, Huacho, Cañete e Ica

Es importante destacar que el caqui Rojo Brillante es una fruta comercialmente atractiva debido a sus propiedades medicinales, delicioso sabor, perfumado aroma y prolongada vida de postcosecha ofreciendo una oportunidad de negocio para ingresar a un nicho de consumidores con alto poder adquisitivo y estilo de vida saludable.

3.1.1. Clasificación arancelaria

Es un código numérico de identificación de mercancías de diez dígitos (conocido como subpartida nacional), que le corresponde a cada producto sujeto al comercio internacional. Esto permite saber si la mercancía cuenta con alguna restricción, prohibición o algún beneficio tributario o arancelario. En la siguiente tabla se muestra la clasificación arancelaria del producto caqui:

Tabla 8. Clasificación arancelaria

SECCIÓN	II - PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
CAPITULO	8: Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
08.10	Las demás frutas u otros frutos, frescos.
0810.70.00.00	- Caquis (persimóns)

Fuente: SUNAT

3.1.2. Propuesta de valor

Ofrecer un producto asociado al manejo responsable del medioambiente y mitigar el uso de químicos, además de un tamaño diferencial (una fruta mucho más grande, con mejor apariencia y de delicioso sabor) como una alternativa en contra estación y así abastecer a empresas comercializadoras y supermercados españoles interesados en buscar esta fruta una vez que culmine su temporada. A continuación se detalla la propuesta de valor de nuestra empresa. (Véase el Anexo 1)

3.1.3. Ficha técnica comercial

Tabla 9. Ficha Técnica del caqui

	FICHA TÉCNICA DEL CAQUI
Nombre científico	<i>Diospyros kaki</i>
Familia	<i>Ebenáceas</i>
Origen	Comenzó a cultivarse a partir del siglo VIII en China al igual que en Japón y Corea. En 1828 se extendió a Estados Unidos y en 1870 se introdujo en España, Francia e Italia.
Otras denominaciones	Kaki, palosanto o persimonio (persimon).
Características	Su fruto es una baya globosa y lobulada, con un peso entre 80-250 gramos. Presenta un color amarillo-anaranjado que cambia al rojo intenso en la madurez. Se dividen en dos tipos: astringentes y no astringentes. En algunas variedades el fruto contiene gran cantidad de

	taninos que le dan un sabor astringente en la recolección e impiden su consumo antes de su maduración completa.
Variedades	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Astringentes: Rojo Brillante ▪ No astringentes: Sharon (Sharoni o Triumph), Fuyu y Jiro
Zonas de producción	Huaral, Huacho, Cañete e Ica
Disponibilidad	Enero a Junio
Valor nutricional	Cada 100 g de porción comestible contiene un 80% de agua y un valor calórico de 70 kcal, hidratos de carbono (16 g), fibra (1,6 g), potasio (190 mg), magnesio (9,5 mg), provitamina A (158,3 mcg), vitamina C (16 mg) y ácido fólico (7 mcg).
Beneficios	Previene el estreñimiento y mejora el tránsito intestinal. Ayuda a mantener la piel sana. Como fuente de provitamina A refuerza el estado de los huesos, piel, cabello y un correcto funcionamiento del sistema inmunológico. Contribuye a la formación de colágeno por sus niveles de concentración de vitamina C. Por su contenido en potasio resulta muy recomendable para personas que sufren de hipertensión arterial o afecciones cardiovasculares.
Usos y aplicaciones	El caqui se consume generalmente como fruta fresca o en recetas de postres y dulces, e incluso en la elaboración de mermelada.

Fuente: Elaboración propia

3.2. Investigación del Mercado Objetivo

El actual plan de negocios tiene como mercado objetivo desarrollarse en el país de España, en base a variados criterios, tomando inicialmente como referencia diversas fuentes de portales web como SUNAT, SIICEX, TRADEMAP, de donde se

obtuvo información nacional de la partida **0810.70.00.00**, la cual se analizó de manera adecuada debido a que refleja valores reales.

Tabla 10. Total de exportaciones peruanas de la partida 0810.70.00.00 a nivel mundial (En Kilogramos)

Importador	2014	2015	2016	2018	2019	2020
	Cantidad exportada					
Canadá	3.00	-	-	-	-	-
Holanda	2.68	-	10.00	-	-	-
Reino Unido	2.68	-	-	-	-	-
Italia	-	100.00	-	-	-	-
Aruba	-	-	165.00	149.11	-	-
Alemania	-	-	-	471.13	-	-
España	-	-	-	1,035.00	1,404.00	78,764.70

Fuente: Siicex

Tal como se observa en la tabla, gran parte de la producción nacional de la partida 0810.70.00.00 se destina básicamente a España, con una gran diferencia en comparación a los otros países. Por tal motivo, se ha considerado ingresar el producto a ese país como una oportunidad de negocio y una alternativa en contra estación para abastecer a los principales supermercados y suplir su demanda durante todo el año.

3.2.1. Segmentación del mercado objetivo

Respecto a la segmentación del mercado objetivo, se debe tener en cuenta que el modelo de negocio de la empresa es un Business to Business (B2B),

que se llevará a cabo a través de distribuidores especializados para la comercialización del producto a los principales supermercados ubicados en la provincia de Valencia, a fin de abastecer del fruto una vez que culmine su temporada, siendo el consumidor final hombres y mujeres de cualquier edad.

▪ **Macrosegmentación del mercado objetivo**

Una vez definido el mercado objetivo de España, específicamente nuestro producto se comercializará en Valencia, debido a que esta provincia presenta grandes cantidades de importaciones en relación a las otras. Una oportunidad para exportar nuestro producto y cubrir de esa manera la demanda de los supermercados españoles. A continuación, se muestra una tabla que contiene información de las principales provincias españolas que importan el caqui a nivel mundial.

Tabla 11. Importaciones de las provincias de España de la partida 0810.70.00.00

(En kilogramos)

Provincia	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	Cantidad importada					
Almería	13,681	-	230,571	582,243	16,207	-
Bajadoz	108,290	-	-	28,822	-	-
Barcelona	6,073	49,934	38,611	12,698	65,222	449
Castellón	19,898	30,984	798	25,094	4,342	15,789
Huesca	-	-	-	-	175,182	-
Madrid	40,663	67,189	22,136	29,365	29,785	-
Murcia	-	-	65,514	-	-	-
Valencia	233,442	40,037	94,399	304,674	121,773	123,872

Fuente: Cámara Oficial de Comercio – España

▪ **Microsegmentación del mercado objetivo**

Al tener en cuenta que el modelo de negocio de la empresa es un Business to Business (B2B), nos enfocaremos básicamente en la búsqueda de nuestros potenciales distribuidores en la provincia de Valencia, los cuales venderán el producto directamente a los principales supermercados. Previamente para dicha selección, tendremos en cuenta quienes son las cadenas de supermercados con la mayor participación de mercado dentro del territorio español. A continuación, se muestra una tabla que contiene lo mencionado anteriormente:

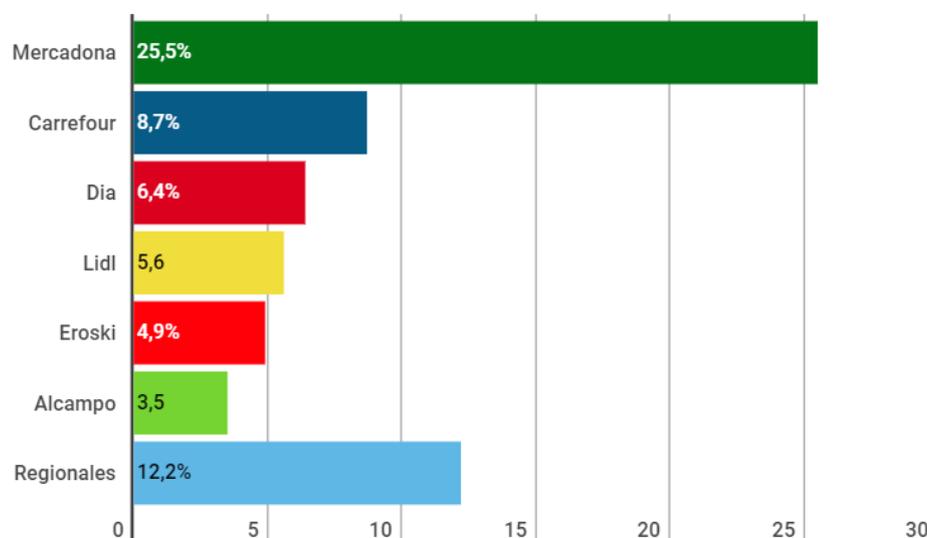


Figura 3. Participación del mercado de los principales supermercados de España en el año 2019

Fuente: Kantar Worldpanel

Tal como se observa en la tabla, el liderazgo de Mercadona ha logrado una participación de mercado del 25,5% en el 2019, incrementando aún más su supremacía con un crecimiento del 0,6% respecto al año anterior.

La empresa valenciana, Lidl y Carrefour han ganado terreno durante el 2019, mientras que Eroski y Dia han caído en ventas. A pesar de esto todas las cadenas mantienen sus posiciones en el ranking: Carrefour queda en segundo lugar (con una cuota del 8,7%); Dia, en tercero (6,4%); Lidl, en cuarto (5,6%); Eroski, en quinto (4,9%); y Alcampo, en sexto (3,5%).

Ahora sabiendo que Mercadona es el supermercado más importante y de mayor consumo por parte de los clientes españoles, se va a identificar a sus proveedores principales de frutas frescas en la provincia de Valencia. Por tal motivo, en base a una búsqueda de los potenciales distribuidores para nuestra empresa y tomando en cuenta su ubicación geográfica, y su trayectoria de posicionamiento se ha seleccionado a la empresa Ramafrut S.L. como el intermediario eficaz para la exportación del caqui Rojo Brillante.

Ramafrut S.L. es una empresa de capital español, fundada en 1970 que produce y comercializa un amplio surtido de frutas y verduras. En la actualidad cuenta con dos sedes principales en España (Valencia y Almería) y otras dos internacionales (Panamá y Senegal). Desde 1987 forma parte como proveedor principal de Mercadona.

3.2.2. Tendencias de consumo

El consumo per cápita de frutas y hortalizas en los hogares españoles en el año 2019 se ha situado en 169 kilos por persona y año, de los que 92 kilos corresponden a frutas, 57 a hortalizas y 20 a patata. Según datos de

Anecoop, el consumo per cápita de caqui en España es de 0.35 Kg por persona y año.

El consumidor español va adquiriendo cada vez más mayor interés en consumir productos saludables, generando una mayor demanda de frutas. En general, se observan estas tendencias en sus conductas de compra en el sector:

- Preferencia por productos naturales con tendencias cada vez más crecientes.
- El consumidor español se preocupa mucho por su salud y también presta atención al factor social y medioambiental. Le ponen mayor atención al origen y la elaboración de un producto (buenas prácticas agrícolas, condiciones laborales favorables, entre otros).
- El precio de un producto no es un factor que prime al momento de la compra.
- Gran importancia al sabor de los productos. Están dispuestos a pagar un precio mayor.

Perfil del consumidor

El modelo de negocio de la empresa FRUTOS SELECTOS DE EXPORTACIÓN S.A.C. es un Business to Business (B2B), que llevará a cabo la comercialización del producto a través de un distribuidor especializado en la provincia de Valencia. A continuación, se va a detallar una representación de nuestro distribuidor ideal - buyer persona. (Véase el Anexo 2)

3.3.- Análisis de la oferta y la demanda

3.3.1. Análisis de la oferta

Para determinar la oferta se analizará específicamente a los países a nivel mundial que exportan el mismo producto a España con el objetivo de identificar a nuestra competencia. A continuación se muestra una tabla que contiene información de los principales países exportadores:

Tabla 12. Principales países exportadores a España de la partida 0810.70.00.00

(En kilogramos)

Países	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	Cantidad exportada					
Alemania	87,643	25,677	269,757	598,513	17,597	-
Francia	124,554	58,007	13,977	85,048	205,662	109
Uruguay	45,780	-	91,319	87,276	118,120	44,850
Portugal	111,046	17,251	4,458	202	39,459	-
Italia	10,960	16,384	28,141	47,534	34,623	-
Países Bajos	2,134	43,553	21,338	34,754	21,857	340
Perú	-	-	-	1,035	1,404	78,764
Eslovenia	19,898	30,984	-	25,094	1,336	1,782

Fuente: Cámara Oficial de Comercio - España

En la tabla anterior se puede observar a los principales países exportadores que comercializan en grandes cantidades, entre los que se encuentran Alemania en primer lugar, Francia y Uruguay. El Perú a comparación de los demás exporta en pequeñas cantidades. Si bien, Perú no se encuentra como

uno de los principales países, se proyecta que un mediano plazo esto cambie.

Oferta de Perú a nivel mundial

A pesar de ser una de las especies de reciente introducción en la fruticultura peruana, aún son pocas las hectáreas en que se cultiva y los productores han visto su potencial en los mercados extranjeros. De a pocos el caqui de la variedad Rojo Brillante se está adaptando en las zonas de Huaral, Huacho, Cañete e Ica.

Actualmente, hay alrededor de 200 hectáreas aprox. de caqui en el país, principalmente de las variedades Rojo Brillante, Triumph o Sharon y Jiro. Las dos últimas son destinadas en su mayoría al mercado local y el 50% del área sembrada correspondería a la variedad Rojo Brillante. A continuación se muestra una tabla que contiene información de las exportaciones peruanas hacia los diversos mercados del mundo.

Tabla 13. Total de exportaciones peruanas de la partida 0810.70.00.00 a nivel mundial (En kilogramos)

Países	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	Cantidad exportada					
Italia	100	-	-	-	-	-
Aruba	-	165	-	149.11	-	-
Alemania	-	-	-	471.13	-	-
España	-	-	-	1,035	1,404	78,764.70

Fuente: Siicex

En la tabla, se puede observar que la capacidad productiva nacional ha ido aumentando poco a poco con el transcurso de los años, pero con una gran diferencia en cantidad en el 2020, lo que representa una excelente opción en los meses de desabastecimiento en el mercado español (de febrero a junio) y de esa manera cubrir la demanda del producto.

A continuación se va a detallar cuál es la principal empresa del Perú dedicada a la exportación de la partida 0810.70.00.00 específicamente al país de España, que vendría a ser nuestro competidor directo de nuestra organización.

Tabla 14. Principal empresa peruana que exportan la partida 0810.70.00.00 a España

ITEM	EXPORTADOR	MES	AGENTE	ADUANA	PAÍS	FOB \$
1	20502740807 - HUERTO MIK S.A.C.	Abril 2020	LIP ADUANAS S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	SPAIN	45,385.83
2	20502740807 - HUERTO MIK S.A.C.	Mayo 2020	LIP ADUANAS S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	SPAIN	20,163.00

Fuente: SUNAT

Como se observa en la tabla anterior, se muestra a la empresa HUERTO MIK S.A.C. como el principal exportador hacia el mercado de España con la partida 0810.70.00.00, que vendrían a ser nuestro competidor directo de nuestra organización.

3.3.2. Análisis de la demanda

Para poder determinar la cantidad demandada del producto en el mercado de Valencia hemos tomado en cuenta el consumo per cápita en relación al consumo de caqui en kilogramos por persona al año y el mercado objetivo el cual está dirigido a hombres y mujeres a partir de los 5 años. Además de algunos factores como nuestro capital y/o inversión, el tamaño de nuestra empresa y la capacidad para brindar abastecimiento continuo.

Considerando que somos una empresa nueva en el rubro, hemos proyectado que nuestra participación en el mercado será del 3.9%. Durante la puesta en marcha del proyecto realizaremos 3 envíos de 10 toneladas de caquis en los meses de febrero, abril y junio haciendo un total de 30 toneladas anuales. A continuación, se presenta la determinación de la demanda potencial anual del producto en la siguiente tabla.

Tabla 15. Determinación de la demanda potencial anual

Descripción	Cantidad
Población de España	47,431,256
Provincia de Valencia	2,302,568
Población a partir de los 5 años	2,193,601
Consumo per cápita anual	0.35 Kg.
Demanda potencial anual	767,760 Kg.
Cuota de mercado	3.9%
Demanda potencial	29,943 Kg.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)

3.4. Estrategias de Ventas y Distribución

3.4.1. Estrategias de segmentación (a los distribuidores)

Segmentar a nuestros futuros distribuidores conlleva entender cuáles son los mejores y qué oportunidades de crecimiento tenemos con ellos. Para ello, se identifica a los principales proveedores de frutas frescas en la provincia de Valencia, tomando en cuenta su ubicación geográfica, y su trayectoria de posicionamiento se ha seleccionado a la empresa Ramafrut S.L. como el intermediario ideal para la distribución del caqui Rojo Brillante a los principales supermercados.

3.4.2. Estrategias de posicionamiento

En marketing se le llama posicionamiento a la imagen que ocupa una marca, producto, servicio o empresa en la mente del consumidor. Este posicionamiento se construye a partir de la percepción que tiene el consumidor de nuestra marca de forma individual y respecto a la competencia.

Es necesario que la empresa posicione el producto en el mercado para que las personas confíen en lo que van a consumir y logren diferenciarlo del resto, ya que en este mercado existen muchos competidores y productos sustitutos. A continuación se detalla las estrategias que harán la diferencia de nuestro producto:

- **Estrategia basada en las características del producto.** En este caso el caqui es un producto natural y comercialmente atractivo debido a sus propiedades medicinales, delicioso sabor y con mucha mejor apariencia que la distingue a otras variedades alrededor del mundo. Se consume

generalmente como fruta fresca, en jugos o en recetas de postres y dulces.

- **Estrategia basada en los beneficios.** El consumo de caqui previene el estreñimiento y mejora el tránsito intestinal. Ayuda a mantener la piel sana. Como fuente de provitamina A refuerza el estado de los huesos, piel, cabello y un correcto funcionamiento del sistema inmunológico. Contribuye a la formación de colágeno por sus niveles de concentración de vitamina C. Por su contenido en potasio resulta muy recomendable para personas que sufren de hipertensión arterial o afecciones cardiovasculares.
- **Estrategias basadas en el precio.** Ofrecer un producto acompañado de un precio justo y accesible para el mercado.
- **Estrategia basada en el estilo de vida.** Actualmente la tendencia del consumo de productos naturales es muy creciente ya que las personas están buscando consumir productos que no perjudiquen su salud.

3.4.3. Estrategias de distribución

La elección de un canal de distribución se adapta al tipo de producto, al segmento de mercado y la actividad empresarial. La distribución será de manera indirecta y nos referimos a que nosotros no colocamos el producto hacia el consumidor final, sino que hay otras personas llamados intermediarios (bróker o distribuidor), quienes se encargan de vender y repartir el producto a los principales supermercados. En nuestro caso, la distribución será manejada mediante un distribuidor especializado (Ramafrut) que gestionará la entrega con el cliente supermercado

Mercadona en Valencia. Las ventajas de este canal es que el importador (distribuidor) sirve de apoyo al tener un mayor conocimiento del mercado destino y una estructura de clientes bien establecida.

3.5. Estrategias de Promoción

Nuestra empresa dará a conocer el producto caqui Rojo Brillante, resaltando sus cualidades y beneficios que traen consigo su consumo estableciendo las siguientes estrategias de promoción:

- **Envío de muestras.** Es imprescindible para que los compradores conozcan el producto y tengan la confianza necesaria al momento de adquirirlo.
- **El e-commerce.** Hoy en día el uso del comercio electrónico es importante ya que se ha convertido en una herramienta fundamental e indispensable que toda empresa debe utilizar para poder tener presencia en un mercado y a su vez tener un contacto más directo con sus clientes y proveedores. Para ello, se implementará la creación de una página web y el uso de redes sociales para generar una mayor confianza y formalidad a la empresa.

3.6. Tamaño de planta. Factores condicionantes

La empresa FRUTOS SELECTOS DE EXPORTACIÓN S.A.C., contará con proveedores de materia prima que son aquellos agricultores independientes de la zona de Huaral que poseen grandes hectáreas cultivadas de caqui. En ese sentido, se buscarán alianzas y asociaciones con estos proveedores donde se les brindará apoyo en el desarrollo de sus cultivos para contar con su exclusividad.

El proceso productivo del caqui se divide en tres etapas: precosecha, cosecha y postcosecha. Las dos primeras serán realizadas por el agricultor que provee el caqui fresco, donde nuestra empresa se encargará de apoyarlos para obtener el fruto en óptimas condiciones.

Para un óptimo desarrollo de nuestras actividades y minimizar costos contaremos con el apoyo de una empresa logística especializada en cadena de frío que realizará las labores de transporte, una vez seleccionados los frutos directamente del productor en chacra. El empaque y embalaje serán en cajas troqueladas de cartón doble corrugado que tengan la debida resistencia y ofrezcan la protección adecuada para impedir su deterioro. Además del almacenamiento a una temperatura controlada para impedir que se alteren las características naturales del bien y su posterior traslado al terminal portuario del Callao que incluye un servicio integral completo de la exportación.

4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

4.1. Envases, empaques y embalajes

▪ Envase

Es todo recipiente o soporte que contiene o guarda un producto, protege la mercancía, facilita su transporte, ayuda a distinguirla de otros artículos y presenta el producto para su venta.

El envase de nuestro producto serán bandejas de tipo alveolo con 10 celdas de formas esféricas adaptadas a la forma del fruto hechos de polietileno. Mediante su utilización se asegura la protección individual de cada unidad desde la etapa de envasado, durante el transporte y hasta el punto de venta con el cliente. Debido a que el envase se encuentra fabricado de polietileno, reduce el impacto ambiental por su facilidad de reciclado y por lo tanto, extienden su vida útil. Además, es un material resistente de menor tamaño y peso que otros envases similares.



Figura 4. Envase tipo alveolo

▪ Empaque

Es el recipiente o la envoltura de un producto que tiene la finalidad de contener, envolver y proteger el núcleo del producto, así como facilitar su manipulación, transporte y almacenamiento.

El empaque serán cajas troqueladas de cartón doble corrugado de medidas 35x18x11 cm con orificios laterales, son el material más utilizado para la comercialización y exportación de frutas. Generalmente, se elaboran con láminas sencillas y con perforaciones que permiten la ventilación del calor, respiración del producto y la circulación del aire frío. Debido a su gran versatilidad y alta resistencia al apilamiento lo ha convertido en el empaque más utilizado.

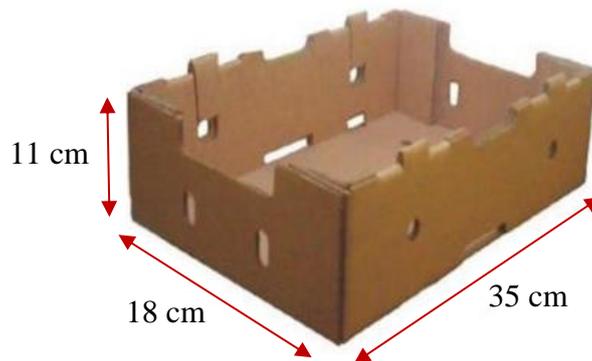


Figura 5. Empaque caja troquelada

▪ **Embalaje**

Es el material utilizado para recubrir, agrupar y proteger el producto durante su manipulación, almacenamiento y transporte.

En este caso, para una mayor protección del producto, las cajas serán ordenadas y amarradas con zunchos de manera transversal y horizontal, y esquineros para una mayor estabilidad de la carga en el pallet.



Figura 6. Embalaje con zuncho y esquineros

4.2. Diseño del rotulado y marcado

4.2.1. Diseño del rotulado

El rotulado permite proporcionar al consumidor información sobre el producto lo suficientemente clara y comprensible.

Desde el 13 de diciembre de 2014, la UE ha dispuesto nuevas normas para el etiquetado de productos. Estas buscan que el consumidor disponga de información esencial, legible y que puedan comprar los productos con conocimiento de causa. Toda información esencial sobre el producto debe aparecer en una etiqueta posterior o anterior en español. Las reglas de rotulado en España deberán contener la siguiente información mínima y obligatoria:

- Nombre del alimento
- La lista de ingredientes (en el caso particular de las frutas y hortalizas frescas no deberán proporcionarla)

- La cantidad neta (expresado en kilogramos o gramos)
- El nombre o razón social y la dirección del exportador
- El lugar de origen

Tabla 16. Modelo del rotulado

Información del rotulado	
Nombre o denominación del producto	Caqui fresco
País de origen	Perú
Indicaciones de conservación	Mantener en un lugar seco y fresco, fuera del alcance directo de la luz solar o temperaturas elevadas.
Contenido neto	2.50 kg.
Nombre y dirección del exportador	Frutos Selectos de Exportación S.A.C. RUC: 10461365791 Avenida de los Patriotas 151 San Miguel - Lima, Perú (+51) 01 674-9200 ventas@ffsp.com

Fuente: Elaboración propia

4.2.2. Diseño del mercado

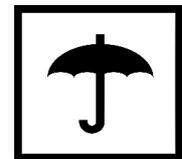
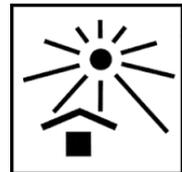
El diseño del mercado hace referencia a la forma como se identifica cada pieza de la carga, para facilitar su manejo y ubicación durante su manipulación. Entre los tipos de marcas en el transporte internacional, se reconocen los siguientes:

- **Marcas de expedición:** información correspondiente a los datos necesarios para la entrega: comprador, destino, país, dirección entre otros.
 - Importador: Ramafrut S.L.

- Dirección: Carrer Fray Luis Amigó, N°40, 46180 Benaguasil, Valencia
 - Puerto de descarga: Puerto de Valencia - España
 - N° de bultos: 4,000 cajas
- **Marcas informativas:** contiene información del producto y deben estar separadas por las marcas de expedición.
- Exportador: Frutos Selectos de Exportación S.A.C.
 - Dirección: Avenida de los Patriotas 151, San Miguel
 - Puerto de embarque: Puerto del Callao
 - País de origen: Perú
 - N° de bultos: 4,000 cajas
 - Peso neto caja: 2.50 Kg.
 - Peso bruto caja: 2.80 Kg.
 - Dimensiones de la caja: 30 cm x 18 cm x 11 cm
- **Marcas de manipulación:** información sobre el manejo y advertencias para el manipuleo y transporte de la carga; se usan símbolos pictóricos internacionalmente aceptados. Fueron implementados por la ISO (ISO 780:1983) como un conjunto de símbolos usados para el marcado de ítems por transportar, de esta manera se resuelven los problemas planteados por la diferencia de lenguas y el analfabetismo. Los símbolos deben ser pintados en color negro sobre un fondo claro. En este caso, se utilizarán tres

pictogramas de manipulación, que serán colocados tanto en los empaques como en los pallets los cuales son:

- **Este lado hacia arriba:** este pictograma es importante porque nos permite saber de qué lado del embalaje manipular.
- **Manténganse lejos del calor:** al tratarse de un producto perecible debe estar de preferencia lejos del calor.
- **Proteger de la humedad:** el empaque puede verse afectado debido a que está fabricado de cartón doble corrugado.



En la siguiente figura se puede observar la representación gráfica y el diseño del marcado y rotulado del empaque de exportación.



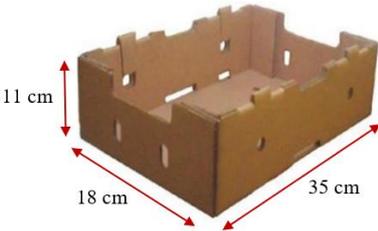
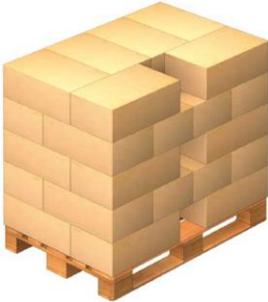
Figura 7. Diseño del rotulado y marcado

Fuente: Elaboración propia

4.3. Unitarización y cubicaje de la carga

La unitarización de la carga consiste en agrupar y ordenar físicamente la mercancía contenidas en cajas y apilarlas de tal manera que se aproveche el máximo espacio en un pallet de tamaño europeo con la finalidad de mejorar su manipulación y facilitar el transporte durante toda la distribución física internacional de forma segura, rápida y eficiente. En la siguiente tabla se muestra el detalle de la unitarización de nuestra carga.

Tabla 17. Unitarización del empaque y pallet

Empaque	Características	
	Tipo de empaque	Caja troquelada de cartón doble corrugado con orificios laterales
	Medidas	35 x 18 x 11 cm
	Unidades por caja	10
	Peso neto por caja	2.50 Kg.
	Peso bruto por caja	2.80 Kg.
Pallet	Características	
	Tipo de pallet de madera	europeo o europalet
	Medidas	120 cm x 80 cm x 14.5 cm
	Número de cajas por nivel	12 cajas
	Número de niveles por pallet	18 niveles
	Total de cajas por pallet	216 cajas
	Unidades por pallet	2,160 unidades (caquis)
	Peso neto por pallet	540.00 Kg.
	Peso bruto por pallet	604.80 Kg.

Fuente: Elaboración Propia

El tipo de pallet seleccionado para la exportación de nuestro producto tiene las medidas 120 cm x 80 cm, definidas por la Unión Europea y son más pequeñas que las americanas porque fueron diseñadas para el transporte en ferrocarriles y tranvías.

Deberán de llevar los símbolos de EUR y EPAL y cumplir obligatoriamente con la certificación de la Norma Internacional sobre Medidas Fitosanitarias (NIMF) N°15 que exige la fumigación de los pallets y embalajes de madera procedentes de otros países con la finalidad de reducir riesgos de contaminación por plagas, insectos o parásitos.



Figura 8. Pallet europeo o europalet

Por otro lado, se entiende por cubicaje a la acción de acomodar las mercancías dentro de un contenedor, con el objetivo de llevar la mayor cantidad de carga y así aprovechar su capacidad al máximo. En la siguiente tabla se muestra el detalle del cubicaje de nuestra carga.

Tabla 18. Cubicaje de la carga

Contenedor	Características	
	Tipo de contenedor	Refrigerado 40 pies
	Medidas (interno)	11.58 x 2.29 x 2.25 m.
	Total de pallets por embarque	19 pallets
	Cantidad de cajas por embarque	4,000 cajas
	Total de unidades por embarque	40,000 caquis aprox.
	Número de envíos al año	3 envíos
	Peso neto por embarque	10,000 Kg.
	Peso bruto por embarque	11,200 Kg.

Fuente: Elaboración Propia

En nuestro caso, el tipo de contenedor seleccionado para la exportación del caqui fresco es un refrigerado de 40 pies, al ser un producto perecible debe mantenerse controlado a una temperatura fría de -1°C , con el propósito de prolongar su vida útil y ayudar a su conservación durante el tiempo de tránsito sin ninguna complicación, que serán aproximadamente 32 días del puerto del Callao hasta el puerto de Valencia.

Debido a que nuestra carga no completa la capacidad máxima del contenedor LCL (Less Than Container Load o menos que un contenedor completo), se agrupará con otros embarcadores o consignatarios que tengan el mismo destino.

4.4. Cadena de DFI de exportación

Es el proceso logístico que consiste en colocar un producto en el mercado extranjero, cumpliendo con los términos negociados entre el vendedor y el

comprador. Su objetivo principal es reducir al máximo y de forma más eficiente los tiempos, los costos y el riesgo que se pueda generar durante el tránsito desde el punto de salida en origen (puerto del Callao) hasta el punto de entrega en destino (puerto de Valencia).

En nuestro caso, la cadena de distribución inicia con el acopio y selección de los frutos directamente de los agricultores en la zona de Huaral que poseen grandes hectáreas cultivadas de caqui. En ese sentido, se buscará asociaciones y alianzas estratégicas con los productores, donde se les brindará apoyo en el desarrollo de sus cultivos y de esa manera poder contar con su exclusividad, además de una buena relación comercial.

Para el abastecimiento de los envases tipo alveolo hechos de polietileno se encargará la empresa Insucorp Perú E.I.R.L. que los fabricará de acuerdo a la forma del fruto. En cuanto al empaque de las cajas troqueladas de cartón doble corrugado se ha elegido 3 posibles empresas que tengan respuesta rápida y costos accesibles, debido a que la competencia es este rubro es alta. En la siguiente tabla se muestra los proveedores de cajas de nuestra carga:

Tabla 19. Proveedores de cajas de cartón

Proveedores de cajas de cartón			
Criterios	ICyP	PackingTech	Trupal
Precio + diseño	S/. 2.25	S/. 2.40	S/. 2.10
Plazo de entrega	14 días	15 días	12 días
Experiencia	+ 35 años	+ 10 años	+ 50 años
Tamaño de empresa	Grande	Mediana	Grande

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 19, se concluye que de acuerdo a los criterios establecidos, la mejor opción en cuanto a precio y a plazo de entrega es la empresa Trupal, además de los años de experiencia que tiene en el rubro.

Para un buen desarrollo de nuestras actividades y minimizar costos contaremos con el apoyo de la empresa Ransa como el operador logístico especializado que realizará las labores de transporte, una vez seleccionados los frutos directamente del campo. Además del proceso de paletizado y el almacenamiento del producto a una temperatura controlada para impedir que se alteren las características naturales del bien y su posterior traslado al terminal portuario del Callao que incluye un servicio integral completo de la exportación.

Considerando que se trata de una empresa en formación, se escogerá el medio marítimo puesto que es el más utilizado y económico, el cual incluirá el método de conservación más apropiado para llegar a consumidor final. Se ha cuidado y analizado detalladamente su comportamiento durante el transporte en contenedores de larga distancia. Esto ha sido crucial para que el fruto llegue a su destino con cualidades organolépticas intactas (sabor, textura, olor, color o temperatura). El tiempo en tránsito durará 32 días aproximadamente hasta llegar al puerto de Valencia.

Una vez la mercancía llegada a destino, nuestro distribuidor la empresa Ramafrut S.L. almacena el producto y lo distribuye él mismo y con el apoyo de una fuerza de ventas propia que permitan cubrir diferentes áreas del mercado español siendo el

supermercado Mercadona el escogido. A continuación, se detalla el flujograma de la cadena de distribución física internacional de nuestro producto a exportar:

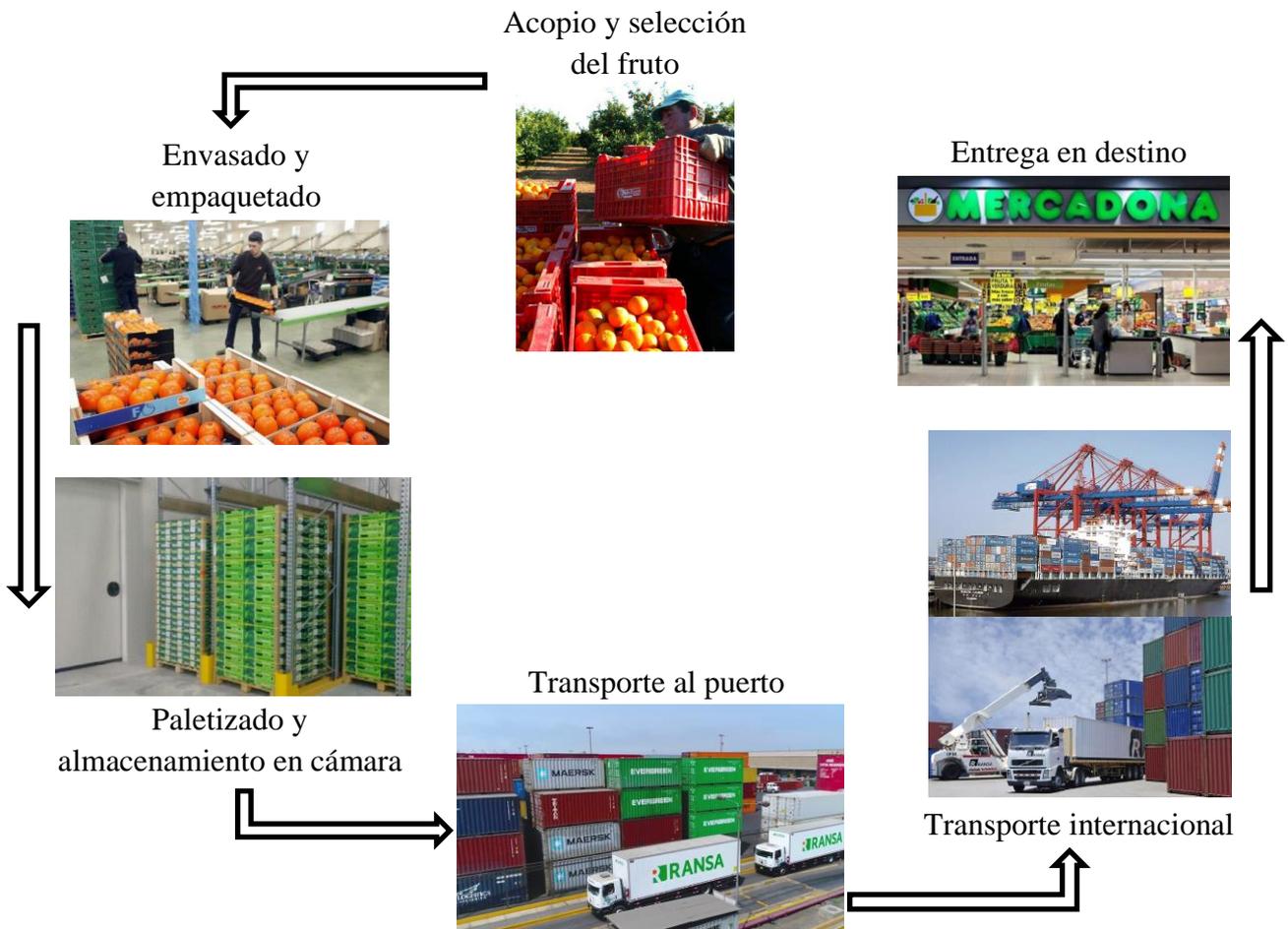


Figura 9. Cadena de Distribución Física Internacional

Fuente: Elaboración: Propia

4.5 Seguro de las mercancías

El seguro de la mercancía es aquel contrato por medio del cual el asegurador tiene la responsabilidad de asumir los daños y pérdidas de los objetos transportados, dentro de los límites pactados, durante el traslado por vía fluvial, férrea, aérea o marítima.

Aunque el seguro del transporte en el interior del país no es obligatorio, es muy recomendable asegurar los bienes transportados ante cualquier riesgo que pueda existir durante el trayecto de estos de un lugar a otro. Por tal motivo, se negociará con la empresa Ransa para que nos incluya dentro de su servicio integrado de logística, de un seguro de transporte local que cubra el valor de la mercancía hasta el puerto marítimo.

En cuanto al importador tendrá la responsabilidad o no en contratar un seguro que cubra los posibles riesgos que pueda sufrir la mercancía durante su transporte pues nuestra empresa negociará en términos FOB, donde indica que la obligación del exportador culmina cuando la carga esté a bordo del buque. Por lo que no será necesario contar con un seguro, pero sí con uno local hasta el puerto del Callao mencionado anteriormente.

5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1 Fijación de precios

Para determinar el precio de venta tomaremos en cuenta todos los costos asociados en el proceso de exportación y los precios referenciales del producto en los principales supermercados (Mercadona, Carrefour, Alcampo y DIA) del país de destino que varían entre 1.45 €/Kg (US\$1.77) a 1.69 €/Kg (US\$2.07) y la venta por unidad de 0,45 € (US\$0.55) a 0,52 € (US\$0.64). En nuestro caso, el precio establecido será de 1.68 €/Kg (US\$2.06), con un precio unitario de 0.42 € (US\$0.52) y con un margen de ganancia aceptable que nos permita ser competitivos en el mercado español.

5.1.1. Costos y precio

Para determinar el precio de venta tendremos en cuenta todos los factores internos y externos que influyen en el proceso productivo, así como también los costos fijos y variables implicados en el proceso de exportación y los basados en la distribución física internacional. Asimismo el tipo de Incoterm escogido, en este caso, en términos FOB 2020 también afectará de manera directa en el precio del producto final. A continuación, se detallan los principales costos de exportación con el objetivo de establecer de manera correcta nuestro precio:

Tabla 20. Costos de producción por envío (expresado en soles)

Materiales e insumos	Cantidad	Precio unitario	Costo total
Caqui en campo	10 TM	3.00 x Kg.	30,000
Caja troquelada + diseño	4,000	2.10	8,400
Envase	4,000	0.30	1,200
Transporte de materia prima	10 TM	55 x TM	550
Costo total por envío			S/. 40,150

Fuente: Elaboración Propia

Tal como se puede observar, en los costos de producción se está considerando todos los insumos y materiales que intervienen en el producto terminado, además del precio y cantidad a necesitar.

Tabla 21. Activos Tangibles (expresado en soles)

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo anual
Escritorios	1	480	480
Estante	1	250	250
Computadoras	3	1,700	5,100
Impresora multifuncional	1	1,500	1,500
Útiles de oficina (varios)	2	380	760
Costo total anual			S/. 8,090

Fuente: Elaboración Propia

Con respecto a los activos tangibles, se está considerando los principales materiales de oficina, que cada área necesitará para llevar a cabo sus funciones.

Tabla 22. Costos fijos (expresado en soles)

Descripción	Cantidad	Precio	Costo anual
Oficina (agua y luz)	12	350	4,200
Teléfono fijo + internet	12	80	960
Costo total anual			S/. 5,160

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar, en los costos fijos se está considerando los principales servicios básicos que toda empresa debe contar como parte de su funcionamiento (luz, agua, telefonía fija e internet).

Tabla 23. Costos administrativos (expresado en soles)

Cargo	Sueldo mensual	Sueldo anual	SIS anual	Vacaciones	Costo anual
Gerente General	1,350	16,200	180	675	17,055
Jefe comercial	1,200	14,400	180	600	15,180
Jefe de logística	1,200	14,400	180	600	15,180
Asesor legal	930	930	-	-	930
Contador	1,100	13,200	-	-	13,200
TOTAL	S/. 5,780	S/. 59,130	S/. 540	S/. 1,875	S/. 61,545

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla anterior se observa el sueldo del personal que participa indirectamente en el proceso. Al ser una microempresa no cuentan con CTS y gratificaciones debido a que las ventas anuales no superan las 150 UIT.

Tabla 24. Activos Intangibles (expresado en soles)

Descripción	Costo total
Gastos de constitución de la empresa	500
Creación de página web	600
Registro del nombre comercial en INDECOPI	534.99
Licencia Municipal de Funcionamiento	113.10
Costo total anual	S/. 1,748.09

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar, los activos intangibles están constituidos básicamente por todos aquellos gastos preoperativos necesarios para la puesta en marcha del negocio.

Tabla 25. Costos de Comercialización Internacional por envío (T/C S/. 3.61)

(expresado en dólares)

Descripción	Costo anual
Paletizado de la carga	US\$370
Almacenamiento (cámara de frío)	US\$280
Transporte al puerto (temperatura controlada)	US\$220
Trámites documentarios	US\$145
Visto Bueno	US\$160
Costos portuarios	US\$464.50
Costos operativos	US\$45
Aforo y movilización	US\$40
Costo total de exportación	US\$1,724.50

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla anterior se observa, los costos vinculados a las actividades propias de la exportación marítima, los cuales van a determinar el precio de

venta final considerando también los relacionados con los costos de producción en base al Incoterm FOB elegido.

Tabla 26. Estructura del precio de exportación y de venta (T/C S/. 3.61)
(expresado en soles)

Estructura del precio de exportación	
Costos de producción	S/. 40,150
Costos de comercialización internacional	S/. 6,225.45
Valor FOB	S/. 46,375.45
Estructura del precio de venta unitario	
Unidad a exportar	40,000 u
Precio unitario	1.16
Margen de ganancia 60%	0.70
Precio de venta unitario	S/. 1.86
Precio unitario en dólares	US\$0.52

Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en la tabla anterior, para hallar el precio de exportación se ha tenido en cuenta los costos de producción y los costos de comercialización internacional. Como resultado nuestro precio será de 1.68 €/Kg (US\$2.06), con un precio unitario de 0.42 € (US\$0.52) y con un margen de ganancia del 60% que nos permita ser competitivos en el mercado español.

Cabe resaltar que nuestro producto al ser una fruta que está presente en los meses de enero a junio y para seguir con la puesta en marcha de la empresa se ha decidido vender en los meses restantes (julio a diciembre) arándanos

y aguaymantos orgánicos que serán ofrecidos a la empresa Supermercados Peruanos S.A. El acopio de ambos frutos será directamente de los agricultores que se encuentran en la zona de Huaral y Cañete, los cuales serán entregados en su centro de acopio que se encuentra en el distrito de Villa el Salvador (Lima) para su posterior distribución a las tiendas de Vivanda ubicadas en los distritos de San Isidro, Surco, La Molina, Miraflores y Magdalena.

5.1.2 Cotización internacional

La cotización es parte fundamental al momento de realizar una exportación, donde se presenta una propuesta al comprador por un bien o servicio. En nuestro caso, la cotización es enviada a la empresa Ramafrut S.L., detallando de manera específica el término de venta Incoterm utilizado, la cantidad del producto, las condiciones y forma de pago, lugar y fecha de entrega, y el precio expresado en el tipo de moneda de la transacción todo mediante correo electrónico.

Según lo acordado con la empresa distribuidora que se encuentra ubicada en Valencia (España), la cotización estará en términos FOB 2020 y la forma de pago establecida será mediante carta de crédito (irrevocable y pago a la vista). Una vez aceptada la cotización con las condiciones pactadas entre las dos partes, el siguiente paso es la formalización por medio de un contrato de compra venta internacional. A continuación, se muestra el modelo de cotización acorde a los requerimientos de nuestro cliente.

FRUTOS SELECTOS DE EXPORTACIÓN S.A.C.

Avenida de los Patriotas 151, San Miguel, Lima – Perú

Teléfono: (+51) 01 674-9200

www.ffsp.com.pe

Lima, 17 de noviembre de 2020

Señores

Ramafrut S.L.

Atención. – Sr. Máximo Torres Hernández – Jefe de Compras

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

PRODUCTO	:	Caqui fresco
PRESENTACIÓN	:	Caja de 2.80 Kg.
PARTIDA ARANCELARIA	:	0810.70.00.00
CERTIFICADO FITOSANITARIO	:	N°0759381
CANTIDAD	:	4,000 cajas
DESCRIPCIÓN DEL EMBALAJE	:	Cajas troqueladas de cartón corrugado (35 x 18 x 11 cm)
PRECIO FOB CALLAO	:	US\$2.06 x Kg.
FORMA DE PAGO	:	L/C 50% pago por adelantado y 50% contra entrega de documentos
FECHA DE EMBARQUE	:	Después de recibido el primer pago
MEDIO DE TRANSPORTE	:	Marítimo
PUERTO DE EMBARQUE	:	Callao – Perú
VALIDEZ DE LA OFERTA	:	20 días

Debemos manifestar que el producto detallado presenta beneficio arancelario por lo que enviaremos el Certificado de Origen. En señal de conformidad y aceptación de las condiciones expresadas, suscribimos el presente documento.

Atentamente,

.....

Luis Salazar Marín

Gerente General

Figura 10. Cotización de Frutos Selectos de Exportación S.A.C.

Fuente: Elaboración propia

5.2. Contrato de compra venta internacional y sus documentos

Es el acuerdo entre dos partes ubicados en diferentes países, donde el vendedor se compromete a entregar y garantizar al comprador una mercancía a cambio del pago de un precio.

El contrato de compra venta internacional es la representación típica del comercio internacional, cuyas normas se desarrollan la exportación y la importación entre las partes, cuyos centros operativos están en países distintos y sobre una mercadería licita que debe pasar por las Aduanas. A continuación se detalla el contrato de compra y venta internacional que se empleará con nuestro cliente. (Véase el Anexo 3)

En relación a los documentos, actualmente el Perú cuenta con protocolos fitosanitarios para exportar caqui a España, gracias a las gestiones realizadas por SENASA, organismo competente en regular las exportaciones de especies vegetales.

El único requisito que solicita España para que pueda ingresar el caqui de Perú es contar con un certificado fitosanitario emitido por SENASA. El certificado es un requisito obligatorio para la comercialización del caqui fresco, los cuales han sido inspeccionados acorde con los protocolos pre establecidos por el mercado de destino español. (Véase el Anexo 4).

5.3 Elección y aplicación del Incoterm

El Incoterm acordado entre ambas partes y redactado en el contrato de compra venta internacional es el FOB 2020, donde el vendedor entrega la mercancía a bordo del buque acordado por el comprador en el puerto de embarque designado. Nuestra empresa asume todos los costos y los relacionados con los trámites de exportación, y transfiere los riesgos al comprador Ramafrut S.L., cuando la mercancía se encuentre a bordo del buque convenido en el puerto del Callao, asumiendo todos los costos y riesgos a partir de ese momento. A continuación se muestra las obligaciones, las responsabilidades y los riesgos por parte del vendedor y el comprador.



Figura 11. Incoterm FOB 2020

Fuente: CCI (Cámara de Comercio Internacional)

5.4 Determinación del medio de pago y cobro

El medio de pago establecido en el contrato de compraventa internacional es la carta de crédito con un 50% pago por adelantado y 50% contra entrega de documentos, debido a que ofrece un mayor nivel de seguridad como vendedor.

Toda carta de crédito tiene su inicio en un contrato de compraventa internacional, donde el importador Ramafrut S.L. o también llamado ordenante solicita la apertura

de la carta de crédito e instruye a su banco emisor de los términos y condiciones para su ejecución. Dicho documento es emitido a través de la plataforma SWIFT a un banco avisador escogido en el Perú, notificando mediante un mensaje interbancario al exportador o beneficiario de la apertura de la carta de crédito. Una vez recibida por parte del banco avisador, nuestra empresa realiza el embarque del producto y presenta los documentos exigidos en el contrato de compraventa al banco avisador, los cuales son enviados al banco emisor y notificados a la empresa Ramafrut S.L. El ordenante realiza el pago a través de su banco emisor y el dinero es entregado al exportador mediante el banco avisador.

Cabe mencionar que la carta de crédito será irrevocable ya que no puede modificarse o cancelarse sin la aprobación de ambas partes y pago a la vista contra documentos hasta que el comprador realice el pago de la mercancía en su totalidad. A continuación, se muestra un flujograma desde el inicio de la apertura de la carta de crédito hasta su finalización explicado anteriormente.

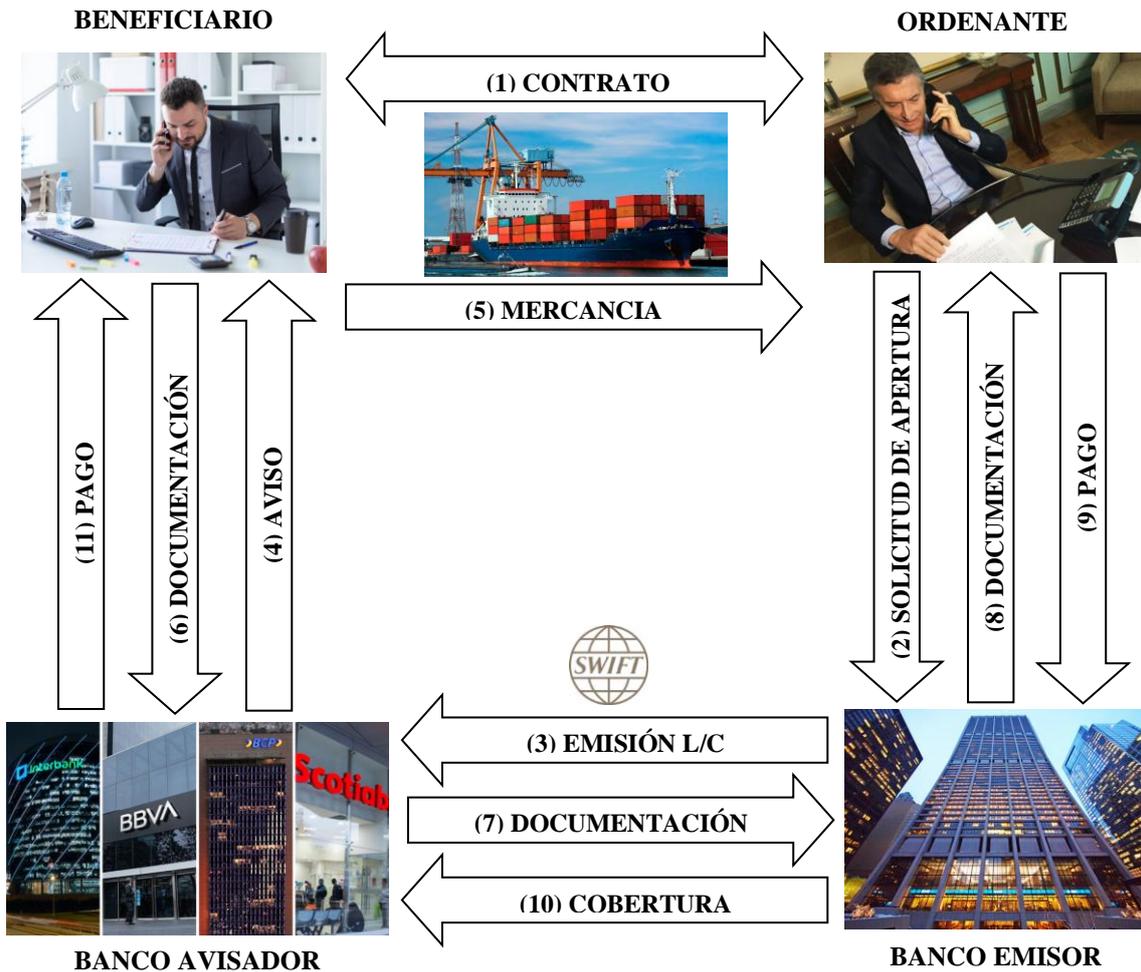


Figura 12. Flujograma carta de crédito

Fuente: Elaboración propia

5.5 Elección del régimen de exportación

La empresa Frutos Selectos de Exportación S.A.C. se acogerá al régimen de exportación definitiva, que nos permite la salida de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior sin el pago de impuestos. Debido a que nuestra exportación tiene un valor FOB mayor al monto de US\$ 5,000, estamos obligados a requerir la intervención de una Agencia de Aduanas a conveniencia.

5.6 Gestión aduanera del comercio internacional

Todo el proceso de la gestión aduanera estará a cargo de la Agencia Ransa, de acuerdo a los procedimientos establecidos por el régimen de exportación definitiva. Como paso inicial, el despachador de aduanas en representación nuestra, solicitará la numeración de la DAM 40 provisional a través del SIGAD para el ingreso de la mercancía a la Zona Primaria. Al tratarse de un producto perecible estará exceptuado su entrada, pero sometido a la asignación de un canal de control (rojo o naranja) por aduanas. El reconocimiento físico de la mercadería será efectuado siempre y cuando haya sido seleccionado a canal rojo. Por último, las mercancías deberán ser embarcadas dentro del plazo de 30 días hábiles a partir del día siguiente de numerada la DAM. Finalmente, realizará la regularización del régimen en 30 días calendarios posteriores a la salida del embarque para proceder con la numeración de la DAM 41, documento definitivo de la exportación.

5.7. Gestión de las operaciones de exportación: flujograma

A continuación se muestra de manera detallada el flujograma del proceso de la exportación definitiva de nuestro producto mencionado anteriormente.

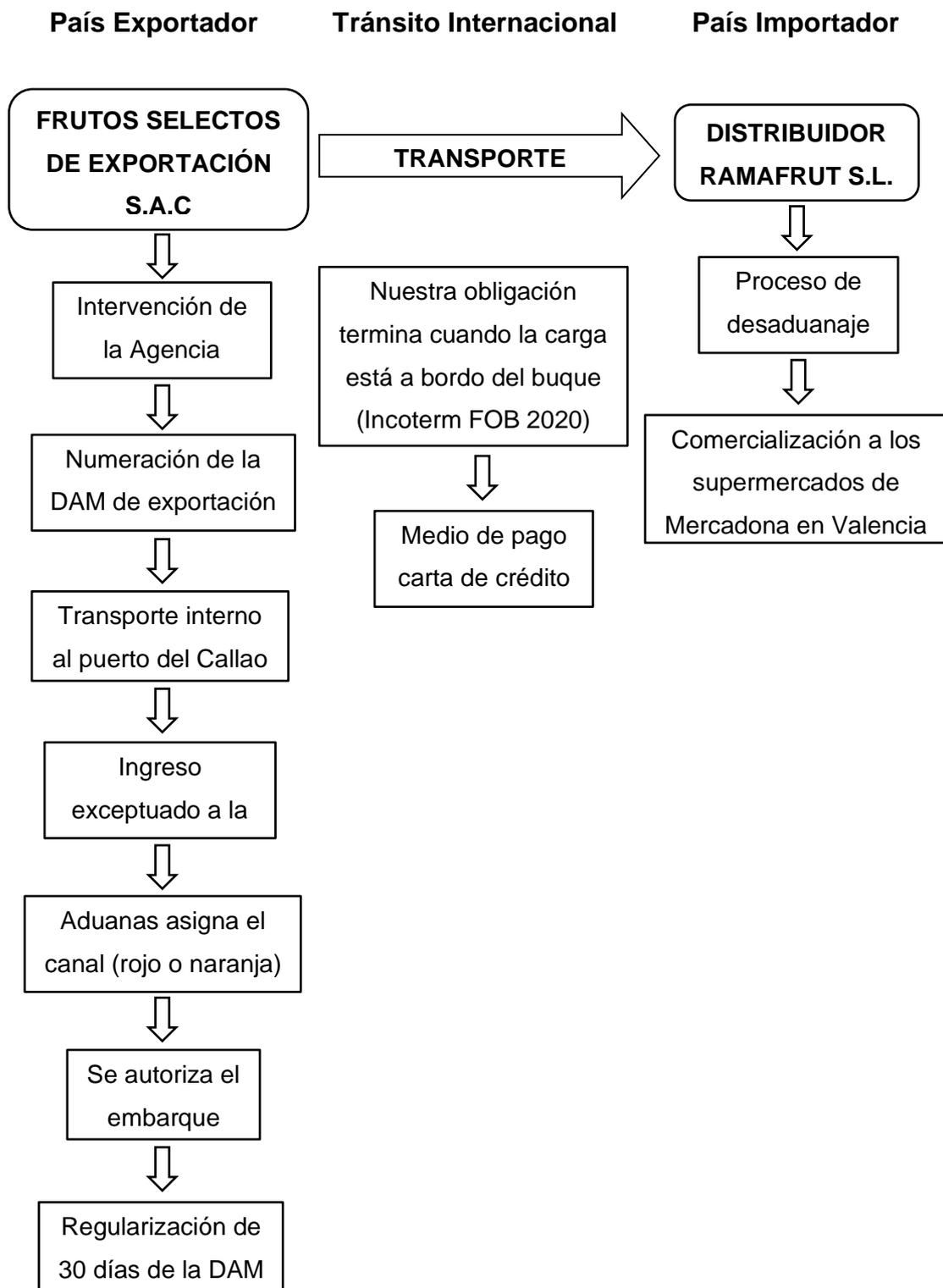


Figura 13. Flujograma de exportación definitiva

Fuente: Elaboración propia

6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

El plan económico financiero nos brindará información necesaria acerca de la rentabilidad, solvencia y liquidez de nuestro negocio como iniciativa empresarial, con el fin de determinar si es rentable o no en una evaluación a futuro de 5 años proyectados. Para ello, se necesitará de un capital de trabajo a través de recursos propios o ajenos suficientes para poner en marcha el negocio, con el objetivo de cubrir todos nuestros gastos y analizar mediante los años establecidos la viabilidad de la empresa expresada en ganancias o pérdidas.

6.1. Inversión Fija

La inversión fija son todas aquellas adquisiciones o compras que la empresa realizará para dar inicios a sus actividades. Está conformado por los activos tangibles e intangibles, los cuales suman un total de S/. 9,838.

6.1.1. Activos tangibles

Los activos tangibles son todos aquellos bienes de naturaleza material necesarios para la implementación y funcionamiento de la empresa. En la siguiente tabla, se muestra los activos tangibles con los que la empresa empezará sus actividades.

Tabla 27. Activos Tangibles (expresado en soles)

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Costo Anual
Escritorios	1	480	480
Estante	1	250	250
Computadoras	3	1,700	5,100
Impresora multifuncional	1	1,500	1,500
Útiles de oficina (varios)	2	380	760
Total Inversión Activo Tangible			S/. 8,090

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se observa, los activos tangibles los cuales suman un total de S/. 8,090, y que están constituidos por los muebles, enseres y equipos de cómputo utilizados en las actividades diarias que desarrollará la empresa.

6.1.2 Activos intangibles

Los activos intangibles son todos aquellos bienes que no intervienen directamente en la producción y que no pueden ser percibidos físicamente. Están conformados por todos los gastos en la fase pre operativa del proyecto. A continuación se detallan los activos intangibles de la empresa.

Tabla 28. Activos Intangibles (expresado en soles)

Descripción	Costo Total
Constitución de la empresa	500
Licencia Municipal de Funcionamiento	113.10
Registro del nombre comercial en INDECOPI	534.99
Creación de página web	600
Total Inversión Activo Intangible	S/. 1,748.09

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla anterior se observa, los activos intangibles los cuales suman un total de S/. 1,748.09, y que están considerados por la constitución de la empresa, la licencia de funcionamiento, el registro del nombre comercial y la creación de página web.

6.2. Capital de Trabajo

El capital de trabajo es principalmente una cantidad de recursos financieros y/o aportaciones de los socios necesarios para poder llevar a cabo el inicio de las actividades de la empresa. A continuación se detallan todos los gastos operativos de la primera exportación que se llevará a cabo en el segundo mes del año.

Tabla 29. Capital de Trabajo (expresado en soles)

Descripción		Costo total
COSTOS FIJOS	Oficina (agua y luz)	350
	Teléfono fijo + internet	80
COSTOS ADMINISTRATIVOS	Gerente General	1,350
	Jefe comercial	1,200
	Jefe de logística	1,200
	Asesor legal	930
	Contador	1,100
COSTOS DE PRODUCCIÓN	Caqui en campo	30,000
	Caja troquelada + diseño	8,400
	Envase	1,200
	Transporte de materia prima	550
COSTOS DE EXPORTACIÓN	Costos vinculados a la exportación marítima	6,225
Total capital de trabajo		S/. 52,585

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla anterior se observa, el total del capital de trabajo que suma un total de S/. 52,585 y que están considerados por todos los gastos que requiere la empresa para comenzar con sus actividades.

6.3. Inversión Total

La inversión total está conformada por la suma de los activos tangibles e intangibles y el capital de trabajo. Por lo tanto, la inversión necesaria para iniciar las operaciones de la empresa es de S/. 62,423 según se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 30. Inversión Total (expresado en soles)

Descripción	Costo total
Total Inversión Activo Tangible	S/. 8,090
Total Inversión Activo Intangible	S/. 1,748
Capital de trabajo	S/. 52,585
Inversión inicial	S/. 62,423

Fuente: Elaboración Propia

6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

En relación a la estructura de inversión el 70% estará conformado por el capital de los socios y el 30% financiado con un préstamo del banco BCP. En la siguiente tabla se muestra el porcentaje de la inversión y el monto que corresponden al aporte de los socios y al préstamo bancario.

Tabla 31. Financiamiento de la inversión (expresado en soles)

Descripción	Porcentaje %	Monto
Capital de los socios	70%	S/. 43,623
Capital financiado	30%	S/. 18,800
Inversión inicial		S/. 62,423

Fuente: Elaboración Propia

Para completar el total de la inversión, solicitaremos un préstamo a la entidad bancaria de S/. 18,800 a un plazo de 36 meses y a una tasa del 14.02% anual con pagos mensuales que ascienden a S/. 635.19 según se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 32. Amortización de la deuda (expresado en soles)

Mes	Cuota	Intereses	Capital	Saldo
				18800
1	635.19	206.68	428.51	18,371.49
2	635.19	201.97	433.22	17,938.27
3	635.19	197.21	437.98	17,500.29
4	635.19	192.39	442.80	17,057.49
5	635.19	187.52	447.67	16,609.82
6	635.19	182.60	452.59	16,157.24
7	635.19	177.63	457.56	15,699.67
8	635.19	172.60	462.59	15,237.08
9	635.19	167.51	467.68	14,769.40
10	635.19	162.37	472.82	14,296.58
11	635.19	157.17	478.02	13,818.56
12	635.19	151.92	483.27	13,335.29
13	635.19	146.60	488.59	12,846.70
14	635.19	141.23	493.96	12,352.75
15	635.19	135.80	499.39	11,853.36
16	635.19	130.31	504.88	11,348.48
17	635.19	124.76	510.43	10,838.05
18	635.19	119.15	516.04	10,322.01

19	635.19	113.48	521.71	9,800.30
20	635.19	107.74	527.45	9,272.85
21	635.19	101.94	533.25	8,739.60
22	635.19	96.08	539.11	8,200.49
23	635.19	90.15	545.04	7,655.46
24	635.19	84.16	551.03	7,104.43
25	635.19	78.10	557.09	6,547.34
26	635.19	71.98	563.21	5,984.13
27	635.19	65.79	569.40	5,414.73
28	635.19	59.53	575.66	4,839.07
29	635.19	53.20	581.99	4,257.08
30	635.19	46.80	588.39	3,668.69
31	635.19	40.33	594.86	3,073.83
32	635.19	33.79	601.40	2,472.43
33	635.19	27.18	608.01	1,864.43
34	635.19	20.50	614.69	1,249.73
35	635.19	13.74	621.45	628.28
36	635.19	6.91	628.28	(0.00)

Fuente: Elaboración Propia

6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito

Para la elección de la fuente de financiamiento se tomó en consideración una evaluación previa de las tasas efectivas anuales que brindan las principales entidades bancarias que se encuentran en la base de datos de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), y de acuerdo a las facilidades de pago y flexibilidad se decidió requerir el préstamo del banco BCP que ofrece una TEA de 14.02%, según se detalla en la siguiente tabla.

Tasa Anual (%)	BBVA	Comercio	Crédito	Pichincha	BIF	Scotiabank	Citibank	Interbank	Mibanco
Microempresas	14.06	1.00	16.11	30.18	10.60	5.12	-	7.10	30.33
Tarjetas de Crédito	35.40	-	25.48	41.83	-	-	-	-	-
Descuentos	11.85	-	18.58	9.29	-	7.90	-	10.63	-
Préstamos Revolventes	-	-	-	-	10.60	-	-	6.39	-
Préstamos a cuota fija hasta 30 días	15.13	-	-	38.57	-	-	-	-	49.29
Préstamos a cuota fija de 31 a 90 días	12.63	-	-	31.14	-	-	-	-	52.49
Préstamos a cuota fija de 91 a 180 días	12.73	-	31.41	38.99	-	-	-	29.88	49.63
Préstamos a cuota fija de 181 a 360 días	17.75	-	44.43	36.13	-	-	-	29.64	41.88
Préstamos a cuota fija a más de 360 días	4.19	1.00	14.02	29.85	-	5.12	-	2.91	24.02

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS)

6.6. Presupuesto de costos

En las siguientes tablas se detalla los distintos costos asociados que asumirá la empresa para la exportación del producto.

Tabla 33. Costos de producción por envío (expresado en soles)

Materiales e insumos	Cantidad	Precio unitario	Costo total
Caqui en campo	10 TM	3.00 x Kg.	30,000
Caja troquelada + diseño	4,000	2.10	8,400
Envase	4,000	0.30	1,200
Transporte de materia prima	10 TM	55 x TM	550
Costo total por envío			S/. 40,150

Fuente: Elaboración Propia

Tal como se puede observar, en los costos de producción se está considerando todos los insumos y materiales que intervienen en el producto terminado con un costo total de S/. 40,150 por envío.

Tabla 34. Costos administrativos (expresado en soles)

Cargo	Sueldo mensual	Sueldo anual	SIS anual	Vacaciones	Costo anual
Gerente General	1,350	16,200	180	675	17,055
Jefe comercial	1,200	14,400	180	600	15,180
Jefe de logística	1,200	14,400	180	600	15,180
Contador	1,100	13,200	-	-	13,200
Asesor legal	930	930	-	-	930
TOTAL	S/.5,780	S/. 59,130	S/. 540	S/. 1,875	S/. 61,545

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla anterior se observa el sueldo del personal que asciende a un costo total de S/. 61,545 anual. Al ser una microempresa no cuentan con CTS y gratificaciones debido a que las ventas anuales no superan las 150 UIT. Además, con la finalidad de retener al personal y debido al incremento de las cantidades exportadas, se tendrá en consideración el aumento del sueldo base en un 10%, distribuidos en dos etapas durante la duración del proyecto, siendo los años 2023 y 2025 respectivamente.

Tabla 35. Costos de Comercialización Internacional por envío (T/C S/. 3.61)

(expresado en dólares)

Descripción	Costo por envío
Paletizado de la carga	US\$370
Almacenamiento (cámara de frío)	US\$280
Transporte al puerto (temperatura controlada)	US\$220
Trámites documentarios	US145
Visto Bueno	US\$160
Costos portuarios	US\$464.50

Costos operativos	US\$45
Aforo y movilización	US\$40
Costo total de exportación	US\$1,724.50

Fuente: Elaboración Propia

Tal como se puede observar, en los costos de comercialización internacional vinculados a las actividades de la exportación marítima ascienden a S/. 6,225.45 por envío.

6.7. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio hace referencia al punto de actividad en donde los ingresos totales son iguales a los costos totales ($IT = CT$), tomando en cuenta que los costos totales es la sumatoria de los costos fijos y variables. A continuación se muestra en la siguiente tabla el punto de equilibrio en unidades monetarias.

Tabla 36. Punto de equilibrio (expresado en soles)

2021	2022	2023	2024	2025
S/. 242,906	S/. 253,006	S/. 277,133	S/. 287,505	S/. 315,195

Fuente: Elaboración Propia

6.8. Tributación de la exportación

Según SUNAT, la exportación de mercancías no está afectada al pago de tributos.

6.9. Presupuesto de ingresos

Los ingresos de la empresa están conformados por las ventas de tres envíos anuales realizadas durante los 5 años proyectados del negocio en relación a la

determinación del precio y la cantidad demandada, según se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 37. Ingresos anuales (T/C S/. 3.61) expresado en soles

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Precio x Kg. (US\$ 2.06)	7.44	7.44	7.44	7.44	7.44
Cantidad (Kg)	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
Envíos anuales	3	3	3	3	3
Ingresos totales	S/. 223,200				

Fuente: Elaboración Propia

6.10. Presupuesto de egresos

El presupuesto de egresos está conformado por los costos fijos y variables explicados anteriormente en el punto 6.6 (Presupuesto de costos).

6.11. Flujo de caja proyectado

El flujo de caja muestra los ingresos y egresos de efectivo que ha tenido la empresa durante los 5 años proyectados tanto como del flujo de caja económico como del financiero, según se detalla en las siguientes tablas.

También se consideró el flujo de caja acumulado para determinar el periodo de recuperación de nuestra inversión económica dando como resultado 2 años aproximadamente. De igual manera el periodo de recuperación de nuestra inversión financiera es de 1 año con 10 meses aproximadamente.

Tabla 38. Flujo de caja económico (expresado en soles)

CONCEPTO	0	2021	2022	2023	2024	2025
INGRESOS		270,000	292,320	332,472	359,479	404,787
Ingresos operativos		270,000	292,320	332,472	359,479	404,787
Ingresos no operativos		-	-	-	-	-
COSTO Y GASTOS		242,142	253,008	278,008	288,898	316,588
Costos fijos		65,918	66,049	72,150	72,150	78,860
Costos Variables		174,831	185,566	204,466	215,356	236,335
Depreciación		1,393	1,393	1,393	1,393	1,393
UTILIDAD OPERATIVA		27,858	39,312	54,464	70,581	88,199
Impuesto renta		4,050	4,385	4,987	5,392	6,072
UTILIDAD NETA		23,808	34,927	49,476	65,189	82,127
Depreciación		1,393	1,393	1,393	1,393	1,393
Valor Residual						365
Inversiones	(62,423)	-	-	-	-	-
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	(62,423)	25,201	36,320	50,869	66,582	83,885
FCF ACUMULADO	(62,423)	(37,222)	(902)	49,968	116,549	200,434

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 39. Flujo de caja financiero (expresado en soles)

CONCEPTO	0	2021	2022	2023	2024	2025
INGRESOS		270,000	292,320	332,472	359,479	404,787
Ingresos operativos		270,000	292,320	332,472	359,479	404,787
Ingresos no operativos		-	-	-	-	-
COSTO Y GASTOS		244,299	254,399	278,526	288,898	316,588
Costos fijos		65,918	66,049	72,150	72,150	78,860
Costos Variables		174,831	185,566	204,466	215,356	236,335
Intereses		2,158	1,391	518		
Depreciación		1,393	1,393	1,393	1,393	1,393
UTILIDAD OPERATIVA		25,701	37,921	53,946	70,581	88,199
Impuesto renta		4,050	4,385	4,987	5,392	6,072

UTILIDAD NETA		21,651	33,536	48,959	65,189	82,127
Depreciación		1,393	1,393	1,393	1,393	1,393
Valor Residual						365
Amortización		(5,465)	(6,231)	(7,104)		
Inversiones	(62,423)	-	-	-	-	-
Préstamo	18,800					
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	(43,623)	17,579	28,698	43,247	66,582	83,885
FCF ACUMULADO	(43,623)	(26,044)	2,654	45,901	112,482	196,368

Fuente: Elaboración Propia

6.12. Estado de Ganancias y Pérdidas

El Estado de Ganancias y Pérdidas es un informe financiero que muestra la rentabilidad durante un periodo determinado, es decir, las ganancias (utilidades) y pérdidas de la empresa.

En los 5 años de análisis se ha conseguido resultados positivos, es decir, nuestra empresa ha obtenido ganancias, según se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 40. Estado de Ganancias y Pérdida (expresado en soles)

RECURSOS	Expresado en Soles por año				
	2021	2022	2023	2024	2025
(+) VENTAS NETAS	270,000	292,320	332,472	359,479	404,787
(-) COSTO DE VENTAS	174,831	185,566	204,466	215,356	236,335
UTILIDAD BRUTA	95,169	106,754	128,006	144,123	168,452
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	50,738	50,869	55,470	55,470	60,530
(-) GASTOS DE VENTAS	15,180	15,180	16,680	16,680	18,330
(-) DEPRECIACIÓN	1,393	1,393	1,393	1,393	1,393

UTILIDAD OPERATIVA	27,858	39,312	54,463	70,580	88,199
(+) INGRESOS FINANCIEROS					
(+) INGRESOS VARIOS	-	-	-	-	-
(-) GASTOS FINANCIEROS	2,158	1,391	518		
(-) GASTOS VARIOS					
UTILIDAD ANTES IMPUESTO	25,700	37,921	53,945	70,580	88,199
(-) IMPUESTO A LA RENTA	4,050	4,385	4,987	5,392	6,072
UTILIDAD NETA	21,650	33,536	48,958	65,188	82,127

Fuente: Elaboración Propia

6.13. Evaluación de la Inversión

6.13.1. Evaluación Económica

La evaluación económica se llevará a cabo de acuerdo a los siguientes indicadores: se obtuvo un VANE de S/. 98,090.45 siendo mayor a cero, es decir, representa una actividad rentable. Por otro lado, la TIRE es de 58.16%, mayor al costo de oportunidad del 15.45%, por lo tanto se acepta el proyecto. En cuanto al PRIE, el periodo de recuperación de la inversión es de 2 años aproximadamente, mientras que el beneficio/costo es de S/. 4.21, significa que si es mayor a 1, por cada sol que invierto en este negocio voy a obtener utilidad. A continuación se detalla la evaluación económica en la siguiente tabla.

Tabla 41. Evaluación Económica (expresado en soles)

Descripción	Valor
Costo de oportunidad	15.45%
VANE	S/. 98,090.45
TIRE	58.16%
PRIE	2.02
B/C Económico	S/. 4.21

Fuente: Elaboración Propia

6.13.2. Evaluación Financiera

La evaluación económica se llevará a cabo de acuerdo a los siguientes indicadores: se obtuvo un VANF de S/. 103,397.60 siendo mayor a cero, es decir, representa una actividad rentable. Por otro lado, la TIRF es de 69.05%, mayor al costo de oportunidad del 14.59%, por lo tanto se acepta el proyecto. En cuanto al PRIF, el periodo de recuperación de la inversión es de 1 año con 10 meses aproximadamente, mientras que el beneficio/costo es de S/. 5.50 significa que si es mayor a 1, por cada sol que invierto en este negocio voy a obtener utilidad. A continuación se detalla la evaluación financiera en la siguiente tabla.

Tabla 42. Evaluación Financiera (expresado en soles)

Descripción	Valor
Costo de oportunidad	14.59%
VANF	S/. 103,397.60
TIRF	69.05%
PRIF	1.91
B/C Financiero	S/. 5.50

Fuente: Elaboración Propia

6.13.3. Evaluación social

El presente plan de negocio está orientado a desarrollar actividades de comercialización del caqui hacia el mercado extranjero. De esta forma la empresa promueve el desarrollo económico de los productores.

6.13.4. Impacto ambiental

Nuestra empresa no genera un impacto ambiental negativo, para ello usamos envases reciclados y reutilizables con el fin de evitar una mayor contaminación.

6.14. Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

El costo de oportunidad es el porcentaje de retorno que perdemos al rechazar un proyecto y aceptar otro. Permite saber si existe una mejor alternativa de igual riesgo en la que se podría invertir.

En nuestro caso, el costo de oportunidad del primer inversionista es del 6% porque es un promedio de la tasa fija a depósito a plazo fijo que ofrecen los bancos, con una prima de riesgo del 9%, obteniendo una tasa de rendimiento mínima aceptable que va a sumar el 15%, lo mínimo que esperaríamos ganar por la inversión de este proyecto. Lo mismo sucede con el segundo inversionista, su costo de oportunidad es del 7% como depósito a plazo fijo con una ganancia adicional del 9%, obteniendo una tasa de rendimiento mínima requerida del 16%, según se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 43. Determinación del COK

TREMA Inversionista 1	15%
Participación Inversionista 1	55%
TREMA Inversionista 2	16%
Participación Inversionista 2	45%
COK	15.45%

Fuente: Elaboración Propia

En cuanto al costo promedio ponderado del capital (WACC), se ha tomado en cuenta el costo de ambos inversionistas el cual es del 15.45%, además del costo de financiamiento del banco BCP que ofrece una tasa de interés anual del 14.02%, obteniendo el valor WACC de 14.59%, según se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 44. Determinación de la WACC

Costo del patrimonio (COK)	15.45%
Participación del patrimonio	70%
Costo Financiamiento	14.02%
Participación de terceros	30%
Impuesto a la renta	10.22%
WACC	14.59%

Fuente: Elaboración Propia

6.15. Cuadro de riesgo del tipo de cambio

El riesgo del tipo de cambio consiste en la potencial pérdida por las fluctuaciones de valor de las divisas. Es el riesgo al que se expone una empresa al trabajar con una moneda distinta a la nacional. En nuestro caso, recibimos los ingresos del exterior en dólares americanos, por lo que se encuentra expuesta directamente a

la volatilidad del tipo de cambio. Es decir, si el tipo de cambio aumenta recibimos mayor cantidad en soles, y si disminuye, obtenemos menos cantidad.

Para mitigar ese riesgo de cambio se ha pensado recurrir al sistema bancario para contratar un tipo de cambio forward, de esta manera no perderíamos dinero con la baja del dólar, si ocurriera con el transcurso del tiempo.

A continuación, se muestra un análisis de sensibilidad teniendo en cuenta las variaciones del tipo de cambio en diferentes escenarios y cómo afecta el VAN y la TIR en los flujos de caja económico y financiero.

Tabla 45. Análisis de sensibilidad con tipo de cambio (expresado en soles)

Matriz de sensibilidad				
Tipo de cambio	VANE	TIRE	VANF	TIRF
3.20	(S/. 893.56)	15.03%	S/. 47,712.87	15.80%
3.49	S/. 68,977.50	45.99%	S/. 74,019.92	53.53%
3.61	S/. 98,090.45	58.16%	S/. 103,397.60	69.05%
3.70	S/. 119,051.77	66.80%	S/. 124,580.77	80.24%
3.82	S/. 148,164.71	78.65%	S/.154,022.13	95.85%

Fuente: Elaboración Propia

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- De acuerdo a la evaluación realizada y los indicadores tanto económicos como financieros se da por viable el presente plan de negocio.
- El Perú se proyecta como un exitoso proveedor de esta fruta por su capacidad de producir en contra estación y por la alta productividad que viene registrando al adaptarse a las condiciones del suelo y clima de la costa peruana.
- El mercado objetivo es España (Valencia) porque es uno de los principales demandantes del fruto a nivel mundial.
- La mejor forma de pago que se estableció es la carta de crédito 50% de adelanto una vez aceptada la cotización y el contrato de compra venta, y el otro 50% contra entrega de documentos. El primer adelanto nos servirá para afrontar algunos gastos que se presenten en el proceso.

7.2. Recomendaciones

- Existe muchas oportunidades de éxito con el caqui en el Perú, es importante desarrollar mayores estudios a nivel agronómico y desarrollar su producción en otras condiciones geográficas como en la sierra y la selva.
- Generar e incentivar el cultivo de caqui como una alternativa para los productores peruanos con el objetivo de incrementar la canasta agroexportadora.
- Los organismos dependientes del MINCETUR como PROMPERU y PROMPEX deben capacitar, educar y crear en los productores una cultura exportadora que les permita tener la confianza suficiente para llevar sus productos más allá de los mercados locales, hacia nichos internacionales, con el propósito de generar empleo y divisas para el país.

REFERENCIAS

RedAgrícola. (2019). *El caqui se perfila como una alternativa agroexportadora*.

Recuperado de: <https://www.redagricola.com/pe/el-caqui-se-perfila-como-una-alternativa-agroexportadora>

United Nations Statistics Division. (2010). *Estructura detallada y notas explicativas del código CIIU*. Recuperado de:

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaes/Est/Lib0883/Libro.pdf

ProInversión. (2020). *Cuadro Comparativo de sociedades*. Recuperado de:

<http://www.proinversion.gob.pe/modulos/JER/PlantillaStandard.aspx?prf=0&jer=5732&sec=1>

SUNARP. (2020). *Búsqueda de personas jurídicas inscritas*. Recuperado de:

<https://www.sunarp.gob.pe/bus-personas-juridicas.asp>

Plataforma digital única del Estado Peruano. (2019). *Régimen MYPE Tributario - RMT*. Recuperado de: <https://www.gob.pe/6990>

Municipalidad de San Miguel. (2020). *Licencias de Funcionamiento*. Recuperado de: <http://www.munisanmiguel.gob.pe/servicios/licencias-de-funcionamiento/>

Plataforma digital única del Estado Peruano. (2019). *Registrar o constituir una empresa*. Recuperado de: <https://www.gob.pe/269-registrar-o-constituir-una-empresa>

PROMPERU. (2020). *Detalle de exportación por partida / países en el periodo elegido*. Recuperado de:

https://www.siicex.gob.pe/promperustat/frmPaises_x_Partida.aspx

TRADEMAP. (2020). *Estadísticas del comercio*. Recuperado de:
<https://www.trademap.org/index.aspx>

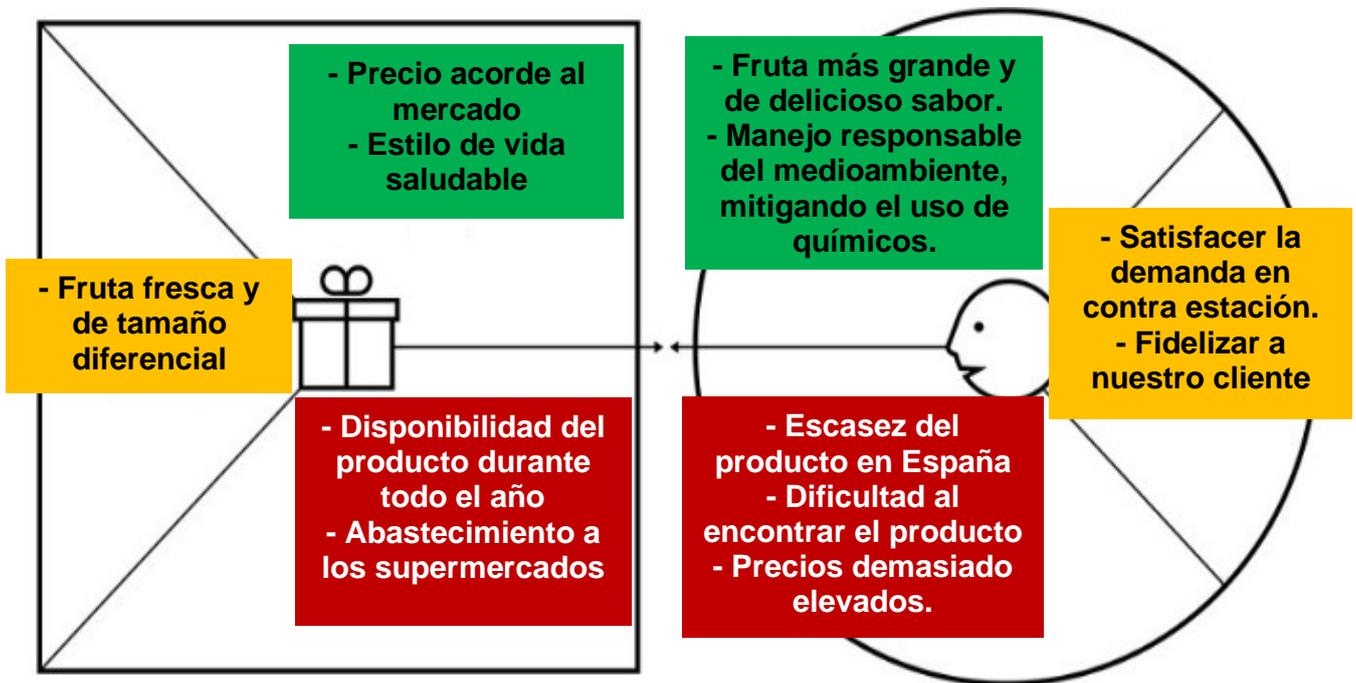
Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España.
(2020). *Base de datos de comercio exterior*. Recuperado de:
<http://aduanas.camaras.org/>

Instituto Nacional de Estadística INE. (2020). *Cifras de población. Últimos datos*
Recuperado de:
https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176951&menu=ultiDatos&idp=1254735572981

Loren, E. (2020). *Este es el supermercado donde más gastaron los españoles durante 2019* [Mensaje de Blog]. Recuperado de:
https://www.huffingtonpost.es/entry/este-es-el-supermercado-donde-mas-gastan-los-espanoles_es_5e3941dbc5b687dacc72add3y/

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2020). *Tasa de interés promedio del sistema bancario*. Recuperado de:
<https://www.sbs.gob.pe/app/pp/EstadisticasSAEETPortal/Paginas/TIActivaTipoCreditoEmpresa.aspx?tip=B>

ANEXO



Fuente: Elaboración propia

ANEXO 2

Máximo Torres Hernández

(Jefe de compras)



Responsable del área de logística y operaciones de la empresa Ramafrut. Tiene a su cargo a más de 15 personas. Define las estrategias de negociación con los proveedores y la toma de decisión en las adquisiciones. Vive en Valencia, casado y con 2 hijos. No dispone de mucho tiempo para las tareas del hogar. Está en constante búsqueda de información. Le gusta mantenerse al día con las tendencias y noticias nacionales e internacionales. Intenta al menos en su tiempo libre estar acompañado de su familia y hacer ejercicios.

Tiene 39 años, con más de 14 años de experiencia en el área de logística y distribución internacional.

Es Licenciado en Negocios Internacionales, con una maestría en Logística, Transporte y Distribución Internacional y dominio de dos idiomas (inglés y francés).

Sus objetivos: Seleccionar diferentes mercados y proveedores para abastecer a las empresas asociadas con productos que estén acordes a las nuevas tendencias de consumo por lo natural. Obtener los mejores precios del mercado sin sacrificar la calidad.

Retos diarios: Motivar a su equipo de trabajo, tomar decisiones asertivas, coordinación con las demás áreas, escucha activa con su equipo de trabajo.

Miedos o preocupaciones: No tener el control sobre los resultados de su equipo de trabajo, no cumplir con los objetivos y metas trazadas por la gerencia general de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 3

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: FRUTOS SELECTOS DE EXPORTACIÓN S.A.C., empresa constituida bajo las leyes de la República peruana, debidamente representada por su Gerente General Luis E. Salazar Marín, con Documento de Identidad N°4613657, domiciliado en su Oficina principal ubicado en Avenida de los Patriotas 151, San Miguel, a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte RAMAFRUT S.L., debidamente representado por su Gerente General Gonzalo Trenor Puigmolto, y señalando domicilio en Carrer Fray Luis Amigó, N°40, 46180 Benaguasil, Valencia España, a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

GENERALIDADES

CLAUSULA PRIMERA:

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

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

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

- a) La Convención de las Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Productos (Convención de Viena de 1980, en adelante referida como CISG, por sus siglas en Ingles) y,
- b) En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.

- 1.3. Cualquier referencia que se haga a términos del comercio (Como FOB, CIF, EXW, FCA, etc.) estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.
- 1.4. Cualquier referencia que se haga a la publicación de la Cámara de Comercio Internacional, se entenderá como hecha a su versión actual al momento de la conclusión del contrato.
- 1.5. Ninguna modificación hecha a este contrato se considerará válida sin el acuerdo por escrito entre las Partes.

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

- 2.1. Es acordado por las Partes que **EL VENDEDOR** venderá el siguiente producto: caqui fresco, y **EL COMPRADOR** pagará el precio de US\$2.23 por Kg. dicho producto 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 del producto 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\$2.06 por Kg. por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador el 17 de noviembre de 2020.

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

El precio ofrecido es sobre la base del Incoterms FOB ("Free on Board") por vía marítima.

CONDICIONES DE PAGO

CLAUSULA QUINTA:

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por **EL COMPRADOR** a **EI VENDEDOR** deberá realizarse por pago adelantado equivalente al CINCUENTA POR CIENTO (50%) de la cantidad debitada previo al embarque de los productos, y el restante CINCUENTA POR CIENTO (50%) contra entrega de documentos.

Las cantidades adeudadas serán acreditadas, salvo otra condición acordada, por medio de transferencia electrónica a la cuenta del Banco del Vendedor en su país de origen, y **EL COMPRADOR** considerara haber cumplido con sus obligaciones de pago cuando las sumas adecuadas hayan sido recibidas por el Banco de **EL VENDEDOR** y este tenga acceso inmediato a dichos fondos.

INTERES EN CASO DE PAGO RETRASADO

CLAUSULA SEXTA:

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

RETENCION DE DOCUMENTOS

CLAUSULA SEPTIMA:

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

TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

CLAUSULA OCTAVA:

Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS acordado FOB.

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

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

RETRASO DE ENVIOS

CLAUSULA NOVENA:

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

INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS

CLAUSULA DECIMA:

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

En cualquier caso, **EL COMPRADOR** no recibirá ninguna compensación por dicha inconformidad, si falla en comunicar al **EL VENDEDOR** dicha situación dentro de los 45 días contados desde el día de llegada de los productos al destino acordado. Los productos se recibirán de conformidad con el Contrato a pesar de discrepancias menores que sean usuales en el comercio del producto en particular.

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

- a). Reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún costo adicional para el comprador; o.
- b). Reintegrar a **EL COMPRADOR** el precio pagado por los productos sujetos a inconformidad.

COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES

CLAUSULA DECIMO PRIMERA:

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

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

CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR

CLAUSULA DECIMO SEGUNDA:

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

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

RESOLUCIÓN DE CONTROVERCIAS

CLAUSULA DECIMO TERCERA:

A menos que se estipule de otra forma por escrito, todas las disputas surgidas en conexión con el presente contrato deberán ser finalmente resueltas por la ley de Aduanas y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes de ambos países, a las cuales las partes por este medio nominan excepto que una parte deseara buscar un procedimiento arbitral en concordancia con las reglas de

arbitraje prescritas por uno o más árbitros nombrados de conformidad con dichas reglas.

ENCABEZADOS

CLAUSULA DECIMO CUARTA:

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

NOTIFICACIONES

CLAUSULA DECIMO QUINTA:

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

ACUERDO INTEGRAL

CLAUSULA DECIMO SEXTA:

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

No deberá realizarse cambios o modificaciones de cualquiera de los términos de este contrato a menos que sea modificado por escrito y firmado por ambas Partes. En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de Lima, a los 20 días del mes de noviembre 2020.

EL VENDEDOR

EL COMPRADOR

ANEXO 4

DESCRIPCIÓN DEL ENVÍO - DESCRIPTION OF CONSIGNMENT	
Nombre y dirección del exportador - <i>Name and address of exporter</i> FRUTOS SELECTOS DE EXPORTACIÓN S.A.C.	
Nombre y dirección declarados del destinatario - <i>Declared name and address of consignee</i> RAMAFRUT S.L. - CARRER FRAY LUIS AMIGÓ, N°40, 46180 BENAGUASIL, VALENCIA - ESPAÑA	
Cantidad declarada y nombre del Producto - <i>Declared quantity and name of product</i> 11,200 KG – CAQUI FRESCO	Nombre botánico de las plantas - <i>Botanical name of plants</i> <i>Diospyros kaki</i>
Número y descripción de bultos - <i>Number and description of packages</i> 4,000 CAJAS	Marcas distintivas - <i>distinguishing marks</i> ROJO BRILLANTE
Lugar de Origen - <i>Place of Origin</i> LIMA-PERÚ	Medios de transporte declarados - <i>Declared means of conveyance</i> MARÍTIMO
Punto de entrada declarado - <i>Declared point of entry</i> VALENCIA	
<p style="font-size: small;"> Por la presente se certifica que las plantas, productos vegetales y otros artículos reglamentados descritos aquí se han inspeccionado y/o sometido a ensayo de acuerdo con los procedimientos oficiales adecuados y se considera que están libres de las plagas cuarentenarias especificadas por la parte contratante importadora y que cumplen los requisitos fitosanitarios vigentes de la parte contratante importadora, incluidos los relativos a las plagas no cuarentenarias reglamentarias. </p> <p style="font-size: small;"> This is to certify that plants, plant products or other regulated articles described herein have been inspected and/or tested according to appropriate official procedures and are considered to be free from the quarantine pest specified by the importing contracting party and to conform with the current phytosanitary requirements of the importing contracting party, including those for regulated non quarantine pests. </p>	
TRATAMIENTO DE DESINFESTACIÓN Y/O DESINFECCIÓN - DISINFESTATION AND/OR DISINFECTION TREATMENT	
Fecha - <i>Date</i> 24/11/2020	Tratamiento - <i>Treatment</i> TRATAMIENTO EN FRÍO
Producto químico (ingrediente activo) - <i>Chemical Product (active ingredient)</i>	Concentración - <i>Concentration</i>
Duración y temperatura - <i>Duration and temperature</i> 31 DÍAS / 33 DÍAS A 1.11 °C / 1.57 °C	Información adicional - <i>Additional information</i> O TEMPERATURAS MÁS BAJAS – EN TRÁNSITO
El titular es responsable de custodiar la integridad del documento. Quedando prohibida su comercialización, alteración, adulteración, falsificación o cualquier enmendadura que se efectúe en su contenido. El SENASA se reserva el derecho de iniciar las acciones civiles o penales que corresponda.	
DECLARACIÓN ADICIONAL - ADDITIONAL DECLARATION	
Fecha de Inspección <i>Date of inspection:</i> _____	Nombre del funcionario autorizado <i>Name of authorized officer:</i> _____
Lugar y fecha de expedición <i>Place and date of issue:</i> _____	Firma y Sello (Signature and Stamp) _____
El SENASA, sus funcionarios y representantes declinan toda responsabilidad financiera resultante de este Certificado. No financial liability with respect to this certificate shall attach to SENASA or to any of its officers or representatives.	
Este certificado ha sido adoptado por el Perú por Resolución Legislativa N° 21175, concordante a la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria de la FAO	

Fuente: SENASA