



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

**COMERCIALIZACIÓN DE MANJAR DE CAFÉ PARA  
EXPORTACIÓN AL MERCADO DE QUEENS - NUEVA YORK,  
ESTADOS UNIDOS**

**PRESENTADA POR  
SANDY VANESA TEMPLE GUZMÁN**

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

**LIMA – PERÚ**

**2017**



**CC BY-ND**

**Reconocimiento – Sin obra derivada**

La autora permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría

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



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES

PLAN DE NEGOCIOS

**Comercialización de Manjar de Café para Exportación al mercado de  
Queens- Nueva York, Estados Unidos**

PARA OPTAR

EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES

PRESENTADO POR:

**SANDY VANESA TEMPLE GUZMÁN**

LIMA-PERÚ

**2017**

## **Dedicatoria**

Mi plan de negocio de exportación se la dedico a Dios quien supo guiarme por el buen camino, enseñándome a vencer cada obstáculo y mejorando cada día. Asimismo, se la dedico a toda mi familia, especialmente a mi abuelo el que me enseñó siempre a seguir adelante y nunca rendir, a mis padres que siempre han estado ahí aconsejándome, apoyándome en todo momento y por brindarme la educación necesaria para poder enfrentarme ante cualquier adversidad. Finalmente a mis profesores, que sin hechos y sin sus conocimientos no hubiera sido posible culminar mi plan de exportación.

Gracias por el apoyo incondicional, esta dedicatoria va para todos ustedes.

## **Agradecimiento**

A mi familia porque son el apoyo incondicional en toda mi vida y más aún en esos momentos difíciles en mi carrera profesional y en especial quiero expresar mi más grande agradecimiento a mis padres que sin la ayuda de ellos no hubiera sido posible culminar mi profesión.

Para ellos: Muchas gracias y que Dios los bendiga

## Tabla de contenido

Dedicatoria .....	1
Agradecimiento .....	1
1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN .....	9
2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES .....	9
2.1.- Nombre o Razón social .....	9
2.2.- Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU) .....	11
2.3.- Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial .....	12
2.4.- Objetivos de la Empresa, Principios de la Empresa en Marcha .....	15
2.6.- Estructura Orgánica .....	20
2.7.- Cuadro de Asignación de Personal de la Empresa Expotemple S.A.C Régimen Laboral Especial Microempresa .....	21
2.8.- Forma Jurídica Empresarial .....	22
2.9.- Registro de Marca y procedimientos en INDECOPI .....	24
2.10.- Requisitos y Trámites Municipales .....	24
2.11.- Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y modalidades .....	26
2.13.- Régimen Laboral Especial y Régimen General .....	29
2.14.- Contratos Laborales .....	32
2.15.- Contratos Comerciales y Responsabilidad Civil .....	34
3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL .....	35
3.1.- Descripción del producto .....	35
3.1.1.- Clasificación Arancelaria .....	36
3.1.2.- Propuesta de Valor .....	38
3.1.3.- Ficha Técnica Comercial .....	41
3.2.- Investigación del Mercado de Objetivo .....	42
3.2.1.- Segmentación de Mercado Objetivo .....	42
3.2.2.- Tendencias de consumo .....	57
3.3.- Análisis de la Oferta y la Demanda .....	60
3.3.1.- Análisis de la Oferta .....	61
3.3.2.- Análisis de la demanda .....	67
3.4.- Estrategia de Ventas y Distribución .....	71
3.4.1.- Estrategia de Segmentación .....	71

3.4.2.- Estrategia de Posicionamiento .....	72
3.4.3.- Estrategia de Distribución .....	73
3.5.- Estrategia de Promoción .....	74
3.6.- Tamaño de Planta. Factores condicionantes .....	75
4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL .....	77
4.1.- Envase, Empaques y Embalaje .....	77
4.2.- Diseño del Rotulo y Marcado .....	81
4.2.1.- Diseño del Rotulado.....	81
4.2.2.- Diseño del Mercado .....	82
4.3.- Unitarización y cubicaje de la carga .....	84
4.5.- Seguro de las mercancías .....	89
5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL .....	90
5.1.- Fijación de Precios.....	90
5.1.1.- Costos y Precio .....	93
5.1.2.- Cotización Internacional .....	94
5.2.- Contrato de compra venta internacional (exportación) y sus documentos.....	95
5.3.- Elección y Aplicación del INCOTERM .....	104
5.4.- Determinación del medio de pago y cobro .....	105
5.5.- Elección de Régimen de Exportación .....	106
5.6.- Gestión Aduanera del Comercio Internacional.....	107
5.7.- Gestión de las Operaciones de Exportación. Flujograma .....	109
5.7.1.- Flujograma de gestión del comercio exterior.....	110
6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO .....	111
6.1.-Inversión Fija .....	111
6.1.1.- Activos Tangibles .....	111
6.1.2.- Activos Intangibles .....	112
6.2.- Capital de Trabajo.....	112
6.3.- Inversión Total.....	112
6.4.- Estructura de Inversión y Financiamiento .....	114
6.5.- Fuentes Financieras y condiciones de crédito.....	115
6.6.- Presupuesto de costos .....	116
6.7.- Punto de Equilibrio .....	117
6.8.- Tributación de la exportación .....	118

6.10.- Presupuesto de Egresos.....	121
6.11.- Flujo de caja Proyectado.....	122
6.12.- Estado de Ganancias y Pérdidas.....	123
6.13.- Evaluación de la Inversión.....	124
6.13.1.- Evaluación Económico .....	124
6.13.2.- Evaluación Financiera.....	125
6.13.3.- Evaluación Social.....	126
6.13.4.- Evaluación Ambiental.....	126
6.14.- Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo.....	126
6.15.-Cuadro de riesgo del tipo de cambio.....	127
7.-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	128
7.1.- Conclusiones .....	128
8.- REFERENCIAS.....	130

## Índice de Tabla

Tabla N° 1: CÓDIGO DE CIU .....	12
Tabla N° 2: Diagrama de Flujo- Manjar de café .....	39
Tabla N° 3: Ficha Técnica Comercial.....	41
Tabla N° 4: Población de Queens .....	52
Tabla N° 5: Cuadro de ingresos y beneficios .....	55
Tabla N° 6: Publico Objetivo .....	56
Tabla N° 7: Lista de Productos Exportados Estados Unidos - 2016.....	64
Tabla N° 8: Empresas Exportadoras Peruanas .....	64
Tabla N° 9: Empresas Exportadoras Peruanas .....	67
Tabla N° 10: Proveedores de Frascos .....	78
Tabla N° 11: Proveedores de Empaque .....	79
Tabla N° 12: Medidas del Empaque (caja de cartón) .....	80
Tabla N° 13: Medidas de contenedor.....	80
Tabla N° 14: Medidas de Palet y Caja .....	85
Tabla N° 15: Costos directos de Producción.....	91
Tabla N° 16: Costos Directos de Exportación.....	92
Tabla N° 17: Determinación de precio.....	94
Tabla N° 18: Obligaciones del Vendedor y Comprador .....	105

## Índice de Ilustración

Ilustración N° 1: Requisitos de inscripción para la empresa .....	9
Ilustración N° 2: Tipos de Regímenes .....	10
Ilustración N° 3: Cuadro comparativo de Distritos.....	13
Ilustración N° 4: Mapa Geográfico.....	14
Ilustración N° 5: Análisis FODA.....	18
Ilustración N° 6: Cuadro comparativo de Leyes.....	19
Ilustración N° 7: Estructura Organizacional Funcional .....	20
Ilustración N° 8: Asignación de Personal .....	21
Ilustración N° 9: Tipo de sociedades .....	23
Ilustración N° 10: Regímenes de 3era categoría.....	26
Ilustración N° 11: Impuestos a pagar.....	27
Ilustración N° 12: Tasas.....	28
Ilustración N° 13: Cuadro de planilla electrónica.....	28
Ilustración N° 14: Cuadro comparativo de Régimen general y Régimen Especial .....	30
Ilustración N° 15: Pensión de Jubilación Régimen Especial.....	31
Ilustración N° 16: Modalidades de contratos .....	33
Ilustración N° 17: Manjar de Café.....	35
Ilustración N° 18: Propiedades Nutricionales .....	35
Ilustración N° 19: Clasificación Arancelaria.....	36
Ilustración N° 20: Clasificación arancelaria de Estados Unidos .....	36
Ilustración N° 21: Gravames vigentes .....	37
Ilustración N° 22: Cuadro comparativo de la Población.....	43
Ilustración N° 23: Indicadores del comercio exterior .....	44
Ilustración N° 24: Indicadores de Crecimiento .....	45
Ilustración N° 25: Mapa Geográfico de Nueva York.....	47
Ilustración N° 26: Economía de Nueva York.....	48
Ilustración N° 27: Comercio Exterior .....	49
Ilustración N° 28: Cuadro de análisis Pestma .....	50
Ilustración N° 29: Hábitos de consumo del café .....	58
Ilustración N° 30: Exportaciones del Café.....	59
Ilustración N° 31: Información Nutricional .....	60
Ilustración N° 32: Lista de exportadores para la partida 190190.....	62
Ilustración N° 33: Lista de productos al nivel de 6 dígitos exportado por Estados Unidos de América en 2015.....	63
Ilustración N° 34: Lista de los países exportadores para el producto seleccionado en 2015 .....	65
Ilustración N° 35: Concentración de los países exportadores y distancia media con sus países de destino.....	66

Ilustración N° 36: Importaciones por Sub partida Nacional-2016.....	69
Ilustración N° 37: Lista de importaciones por partida .....	70
Ilustración N° 38: Lista de Países importados.....	71
Ilustración N° 39: Determinación de precio de venta .....	73
Ilustración N° 40: Envase de vidrio 200gr .....	77
Ilustración N° 41: Cajas de frascos.....	79
Ilustración N° 42: Contenedor de 20 pies .....	80
Ilustración N° 43: Etiquetado Nutricional.....	82
Ilustración N° 44: Marcado de caja .....	83
Ilustración N° 45: Diseño de Marcado (Manjar de Café) .....	83
Ilustración N° 46: Medidas de la caja .....	84
Ilustración N° 47: Medidas de Palet .....	85
Ilustración N° 48: Proceso del FCA.....	88
Ilustración N° 49: Flujo de Proceso Logístico.....	89
Ilustración N° 50: Modelo de Cotización Internacional.....	95
Ilustración N° 51: Procedimientos Aduaneros de Exportación .....	109
Ilustración N° 52: Flujograma de exportación de comercio exterior .....	110
Ilustración N° 53: Activos Tangibles.....	111
Ilustración N° 54: Activos Intangibles.....	112
Ilustración N° 55: Capital de Trabajo .....	112
Ilustración N° 56: Inversión Total .....	113
Ilustración N° 57: Plan de inversión .....	114
Ilustración N° 58: Fuentes financieras .....	115
Ilustración N° 59: Presupuesto de depreciación .....	116
Ilustración N° 60: Punto de equilibrio .....	117
Ilustración N° 61: Cuadro de costos de exportación.....	118
Ilustración N° 62: Costos Directos de exportación.....	119
Ilustración N° 63: Presupuesto de ingresos .....	120
Ilustración N° 64: Presupuesto de egresos .....	121
Ilustración N° 65: Flujo de caja.....	122
Ilustración N° 66: Estados de Resultados .....	123
Ilustración N° 67: Valor actual y tasa de retorno económico.....	124
Ilustración N° 68: Valor actual neto y tasa de retorno interno económico.....	125
Ilustración N° 69: Evaluación de costo de oportunidad del capital de trabajo .....	126
Ilustración N° 70: Cuadro de riesgo de tipo de cambio .....	127

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La empresa EXPOTEMPLE S.A.C. registrada mediante el régimen general (tributario) se encuentra en el giro de ventas al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco (CIU-1050). Asimismo, la ubicación geográfica de la empresa se será en el distrito de Callao, Av. Néstor Gambeta N° 9053.

Por otro lado, EXPOTEMPLE es una organización nueva en el giro del comercio, sin embargo posee una visión, misión y objetivos claros y específicos los cuales son importantes para el desarrollo de la empresa, también cuenta con políticas enfocadas al servicio, tiempos y calidad del producto ofertado. La empresa cuenta con una junta de accionista, gerente general, un área de fianzas y administración con experiencia, un contador, jefe de recursos humanos, asistente de marketing, un jefe de producción y 4 obreros cada uno con sus respectivas funciones asignadas.

EXPOTEMPLE cuenta con un producto innovador “Manjar de Café” de 200gr., el cual estará empaquetada en un frasco de vidrio para su protección y conservación, con los requisitos necesarios para el comercio en una caja de 12 frascos, tendrá de destino principal el mercado de Estados Unidos, siendo este mercado el elegido dentro de una población de 3 países por medio del método de Análisis Pestma.

Ante lo anterior expuesto, cabe resaltar que la oferta exportable del Manjar de Café existe en la parte Central de la Selva, es un producto consumido por muchos turistas, si bien es claro es un producto que aún no se comercializa internacionalmente, pero local si hay demanda del producto, cabe mencionar que sería un producto nuevo para el mercado de Estados Unidos, pero los insumos utilizados para la preparación, son insumos conocidos y consumidos en un alto porcentaje, como sabemos el café, dejando evidencia que posee propiedades importantes para el país.

El producto EXPOTEMPLE se comercializará mediante un distribuidor, quien será nuestro partner estratégico; en el país destino, siendo el principal medio de acceso al mercado objetivo. Además, se ha de realizar una campaña de publicidad como Facebook, E-Commerce, etc; a fin de poder difundir y hacer conocido el producto dentro de las áreas aledañas dentro de Nueva York.

La empresa contará con un contrato de compra y venta internacional con el partner a fin de formalizar el compromiso de compra del producto, siendo el medio de pago cobranza documentaria, Incoterm FCA, el precio de venta \$20.36 y la cantidad de 383 cajas por contenedor, el cual sea a considera 2 envíos al año.

La agencia encargada de realizar todo tramite y/o proceso aduanero será “Expeditors Aduana” con el cual tenemos claro que poseemos experiencia y confiabilidad de los

procesos con esta organización. Además, se cuenta con un contacto directo dentro de la empresa.

Asimismo, se asegurará el cumplimiento de toda licencia necesaria para el acceso óptimo al mercado objetivo considerando como principales entes reguladores del producto EXPOTEMPLE como DIGESA y la FDA (Food and Drug Administration).

Después de todo lo expuesto y concretado con lo anterior, se tendrá la información del Plan Financiero que va permitir ver la viabilidad del Plan de Exportación, pues para alcanzar la aprobación o viabilidad del proyecto se han considerado análisis de costos fijos los cuales se mantienen en el tiempo se lleve a cabo o no cualquier movimiento dentro de la organización ya que son indispensables, costos variables son todos los costos que tienden a fluctuar por cualquier variable o factor del mercado, costos operativos son todos los costos que forman parte del proceso productivo por ejemplo materia prima, envases, empaques, embalaje.

Además, se ha realizado el cálculo del precio de venta en relación a los costos del producto más el margen de utilidad de la organización; y posteriormente se realizó el cálculo del punto de equilibrio, pues es necesario conocer cuál sería la cantidad necesaria para no ganar ni perder en este caso 4596 cajas, dos envíos por año en contenedor de 20 pies.

Luego de tener claro todos los costos y , además ,los gastos por activos tangibles e intangibles se logra realizar el cálculo de la inversión total anual el cual es \$112,058 pero se divide en 50% capital propio y 50% capital financiado.

Posteriormente, se realizó la simulación de proyección del flujo de caja económico y financiero, y estado de resultados integrales a fin de conocer cuál sería la rentabilidad de la organización en la proyección de los 5 años concluyendo con dos variables de gran relevancia el VAN y la TIR, siendo los resultados \$ 92,694.60 y 51% respectivamente ratificando la viabilidad del proyecto.

En conclusión el Plan financiero no es el único factor que va permitir conocer la viabilidad del Plan de exportación, sino también la evaluación del mercado, la cantidad de demanda que consumirá el producto, los aspectos legales y sociales de la organización, todos estos aspectos formaran una gran importancia para el desarrollo de la empresa y poder tener un comercio exitoso. Cabe resaltar que EXPOTEMPLE está comprometida todos los factores que son la fuente esencial para un comercio viable y un producto de buena calidad.

## 1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

## 2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

### 2.1.- Nombre o Razón social

De acuerdo a lo establecido por la Ley y los requisitos esenciales requeridos se estableció que la razón social de la empresa es:

**“EXPOTEMPLE S.A.C”**

Asimismo, cabe resaltar que la razón de escoger la sociedad de personas, ya que su capital o patrimonio tiene carácter ilimitado. Asimismo, el motivo por el cual se escogió el nombre de la empresa, son por dos razones:

- A. Enfatizar el giro de negocio, que sea rápido de entender a que nos enfocáramos, fácil de pronunciar y atractivo para el público.
- B. Y la segunda razón sería dar a conocer quiénes somos nosotros, de que familia se está constituyendo la empresa, para así poder lograr una acogida con los futuros clientes y demostrar seguridad y confianza.

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN PARA EMPRESAS		
PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		PERSONA JURÍDICA
SI LA DIRECCIÓN QUE VA A REGISTRAR ES LA MISMA QUE FIGURA EN EL DNI	SI LA DIRECCIÓN QUE VA A REGISTRAR NO ES LA MISMA QUE FIGURA EN EL DNI	DNI vigente del Representante Legal
Exhibir el original del DNI vigente	Exhibir el original del DNI vigente	Ficha o partida electrónica certificada por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario
	Cualquier documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.	

Ilustración N° 1: Requisitos de inscripción para la empresa

Fuente: (SUNAT, 2016)

En la presente imagen mostrará los requisitos de inscripción para empresas, que se necesita para poder iniciar un negocio.

## Tipos de Regímenes

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

### Ilustración N° 2: Tipos de Regímenes

Fuente: (SUNAT, 2016)

En la figura N° 2, se puede visualizar un cuadro comparativo de tipos de regímenes, el cual están considerados en la SUNAT; asimismo las características esenciales son de suma importancia para la constitución de la empresa.

Por otro lado según la Resolución de Superintendencia N° 361-2015/SUNAT, establece que partir del 1 de enero del 2016 se llevaran a cabo los libros contables electrónicos. Asimismo, los contribuyentes del Régimen Especial de Renta, con ingresos iguales o mayores a 75 UIT (S/ 288,750) durante el año 2015, a partir de enero 2016, deberán llevar de manera electrónica el Registro de Ventas e Ingresos y el Registro de Compras.

Fuente: (SUNAT, 2016)

Por tal razón y como requisito necesario “EXPOTEMPLE S.A.C”, formara parte del Programa de libros electrónicos como un requisito necesario para la formación y desarrollo de la empresa.

- Registro de Compras
- Registro de Ventas e Ingresos.

Por tales motivos la empresa considera que el Régimen Tributario a desarrollar en este Plan de Negocio será el Régimen MYPE Tributario, ya que por el giro del negocio que estaríamos emprendiendo, estaría más relacionado a este. Cabe mencionar que de acuerdo a las ventas anuales que tendremos como requisito esencial, sería aplicable para este régimen, ya que estaríamos dentro de una Micro empresa, por tal motivo “EXPOTEMPLE S.A.C” se acogerá al régimen mencionado.

## **2.2.- Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)**

De Acuerdo a la INEI.- La CIIU es una clasificación de actividades cuyo alcance abarca a todas las actividades económicas, las cuales se refieren tradicionalmente a las actividades productivas, es decir, aquellas que producen bienes y servicios, tal como se reconoce en el Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) y en la Clasificación Central de Productos (CPC).

**Características:** Según la información de la INEI la CIIU se dividió jerárquicamente en 4 niveles, en el siguiente orden:

- Sección.
- División.
- Grupo.
- Clase.

Fuente: (INEI, 2010)

La empresa “EXPOTEMPLE S.A.C” estaría bajo la siguiente actividad económica (CIIU):

**Tabla N° 1: CÓDIGO DE CIU**

<b>ESTRUCTURA DE LA CIU REVISION 4 - PERÚ</b>	
Sección	<b>C:</b> Industria Manufactureras.
División	<b>10:</b> Elaboración de Productos Alimenticios.
Grupo	<b>105:</b> Elaboración de Productos Lácteos.
Clase	<b>1050:</b> Elaboración de productos Lácteos.

Elaboración Propia

Fuente: (INEI, 2010)

En la siguiente tabla se muestra a que sección corresponde el giro de negocio, en esta oportunidad el plan de exportación estaría en el CIU 1050, según la INIE revisión 4.

### **2.3.- Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial**

Según el Art. 1° de la Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, La finalidad de la Ley La presente es establecer el marco jurídico de las disposiciones aplicables al procedimiento para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento expedida por las municipalidades.

Fuente: (INDECOPI, 2007)

La selección del lugar tendría un espacio de 100 m<sup>2</sup>, el cual solo 50 m<sup>2</sup> sería el área de producción y lo restante la parte administrativa, generando un costo de alquiler alrededor de S/.1500.

Por otro lado, cabe mencionar que la razón de elección del lugar, estaría enfocada en las facilidades de acceso para el negocio, ya que estaría al alcance de los proveedores, agentes portuarios que puedan facilitar la exportación de mi producto. Es por ello que la mejor opción de la ubicación sería en la dirección siguiente:

Departamento: Lima

Provincia: Callao

Distrito: Callao

**Av. Néstor Gambeta N° 9053**

CRITERIOS TECNICOS	DISTRITOS		
	Callao	San Miguel	La Punta
Aspecto Laboral	2	3	2
Aspecto Medio Ambiental	3	3	2
Aspecto Administrativo	4	3	2
Aspecto Climatico	3	2	1
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>11</b>	<b>7</b>

PONDERACION	
1	MALO
2	REGULAR
3	BUENO
4	MUY BUENO
5	EXCELENTE

Ilustración N° 3: Cuadro comparativo de Distritos

Elaboración Propia

En la figura N° 5, se realizó un cuadro comparativo de 3 distritos, los cuales se evaluaron tomando los criterios más importantes para poder escoger la ubicación estratégica para nuestro plan de exportación, con la visión de poder reducir costos en todos los aspectos mencionados en el cuadro, es por ello que se realizó un cuadro comparativo, y considerándole puntajes desde el 1-5, para poder ponderar y obtener la mejor ubicación para la planta, dando como resultado el Callao.

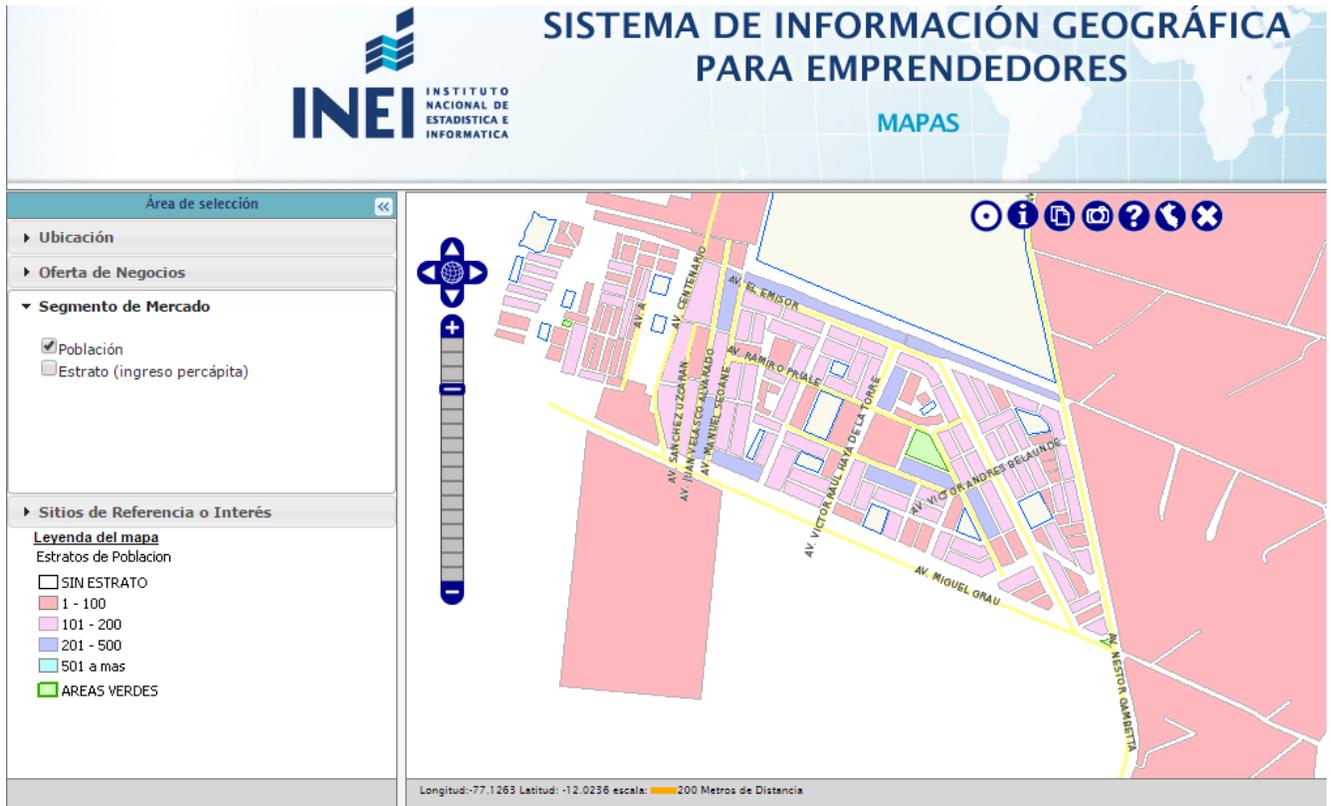


Ilustración N° 4: Mapa Geográfico

Fuente: (INEI, 2016)

A continuación, se presenta un mapa geográfico por donde estará ubicada la planta del negocio.

### **Requisitos para el otorgamiento de la Licencia de Funcionamiento del Callao:**

Para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento serán exigibles como máximo, los siguientes requisitos:

a) Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada, que incluya: 1. Número de RUC y DNI o Carné de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda. 2. DNI o Carné de Extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas, u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.

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

c) Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad o Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil de Detalle o Multidisciplinaria, según corresponda.

d) Adicionalmente, de ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:

- ✓ d.1) Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.
- ✓ d.2) Informar sobre el número de estacionamientos de acuerdo a la normativa vigente, en la Declaración Jurada.
- ✓ d.3) Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que conforme a Ley la requieran de manera previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento.
- ✓ d.4) Copia simple de la autorización expedida por el Instituto Nacional de Cultura, conforme a la Ley N° 28296 [T.338, §172], Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación. Verificados los requisitos señalados, se procederá al pago de la Tasa a que hace referencia el artículo 15° de esta Ley.

Fuente: (MUNICALLAO, 2016)

### **2.4.- Objetivos de la Empresa, Principios de la Empresa en Marcha**

**Misión:** “Deleitar nuestro paladar con un producto nativo y que pueda estar al alcance de todo el mundo”

**Visión:** “Ser una empresa Líder en la industria alimenticia, donde nuestro producto nativo marque la diferencia”

## Valores

- **Puntualidad:** en este caso se hace referencia a este valor para exigir a los empleados el respeto de los tiempos de llegada y salida, pero sobre todo para con los clientes, por ejemplos a la hora de presentar proyectos o realizar entregas.
- **Ética:** Se refiere al profesionalismo que desarrollara las actividades EXPOTEMPLE S.A.C, siendo una empresa en la de compromiso y disciplinario en la ejecución de sus procesos.
- **Responsabilidad:** EXPOTEMPLE S.A.C, hará referencia al compromiso u obligación moral, cumpliendo con los tiempos de entrega y calidad del producto ofrecido.
- **Igualdad:** Se refiere que EXPOTEMPLE S.A.C, considera y establecerá los derechos humanos que rige la ley para así tener un ámbito laboral justo y agradable para el trabajador siendo considerado como un miembro más de la familia de la empresa.
- **Lealtad:** se refiere a un trabajo limpio, transparente con empleadores confiables que harán que la empresa brinde seguridad al futuro cliente.

## Principios

- **Satisfacción al cliente:** brindar el mejor servicio y un producto de calidad el cual cumpla todas las expectativas y preferencias del cliente.
- **Honestidad:** Obrar con transparencia y clara orientación moral cumpliendo con las responsabilidades asignadas en el uso de la información, de los recursos materiales y financieros. Mostrar una conducta ejemplar dentro y fuera de la empresa.
- **Equidad:** Otorgar a cada cual, dentro de la empresa, lo que le corresponde según criterios ciertos y razonables.
- **Disciplina:** Quizá este sea de los valores empresariales más difíciles de encontrar, la disciplina suele ser una carta de presentación; ser disciplinado en los negocios significa cosas esenciales como la puntualidad, seguir un plan trazado a conciencia, ponerse objetivos y luchar hasta alcanzarlos, separar las cosas personales de los de la empresa, respetar los recursos del negocio como tal, y en general, tener la convicción de terminar y no dejar a medias las cosas que sean importantes para la propia formación de un proyecto exitoso.

## Objetivos Específicos

- Ser una empresa líder en el mercado.
- Lograr la mayor participación en la industria alimenticia.
- Presentar un producto de alta calidad.
- Ser una empresa eficiente en los tiempos de entrega.
- Llegar hacer una empresa con una alta rentabilidad.

- Ser una empresa innovadora en la presentación del producto.

### **Objetivos Generales**

- Dentro de los 3 años, ser empresa consolidada y líder en el mercado.
- Compromiso con una sólida ética laboral, integridad y honestidad, así como con el cumplimiento de la legislación aplicable y los principios, políticas de la empresa.
- Servir a nuestros consumidores retándonos continuamente para alcanzar los máximos niveles de calidad en nuestros productos y nunca poniendo en peligro los estándares de seguridad alimentaria.
- Marcar la diferencia en todo lo que hacemos gracias a la pasión por ganar y a la creación de brechas respecto de nuestros competidores con disciplina, rapidez y una ejecución sin errores.

### **Políticas de la Empresa**

- **Abastecimiento:** Desarrollar procesos de abastecimiento del producto que incorporen criterios de calidad y costo.
- **Ambiental:** Realizar una gestión ambiental responsable sobre el uso de los recursos naturales que demandan las actividades empresariales y los impactos y riesgos generados, con el fin de asegurar que los procesos y operaciones de EXPOTEMPLE estén alineados con la búsqueda del desarrollo sostenible.
- **Comunicación:** Asegurar una comunicación transparente, oportuna, clara.
- **Control:** establecer los principios para el funcionamiento eficaz y eficiente de la organización y así poder lograr los objetivos de la empresa.
- **Gestión humana:** Establecer los principios para atraer, desarrollar y retener el talento humano en un marco de relaciones de trabajo claras, respetuosas, equitativas y justas que generen un ambiente de confianza y el desarrollo integral en los aspectos humano, laboral y social.
- **Información y conocimiento:** Reconocer el valor estratégico de la información y el conocimiento en el desarrollo de los negocios, entendiéndolos como activos determinantes que requieren ser conservados, protegidos y gestionados para lograr el mejoramiento empresarial.

- **Salud y seguridad en el trabajo:** Proteger y preservar la salud y seguridad de los trabajadores, proveedores, por medio de ambientes de trabajo seguros y saludables.
- **Social:** Realizar una gestión social integral como parte fundamental de la sostenibilidad empresarial, que contribuya a la viabilidad y legitimidad de EXPOTEMPLE, al vincularse como actores relevantes en la construcción de un entorno favorable para el desarrollo.

Fuente: (ISA, 2017)

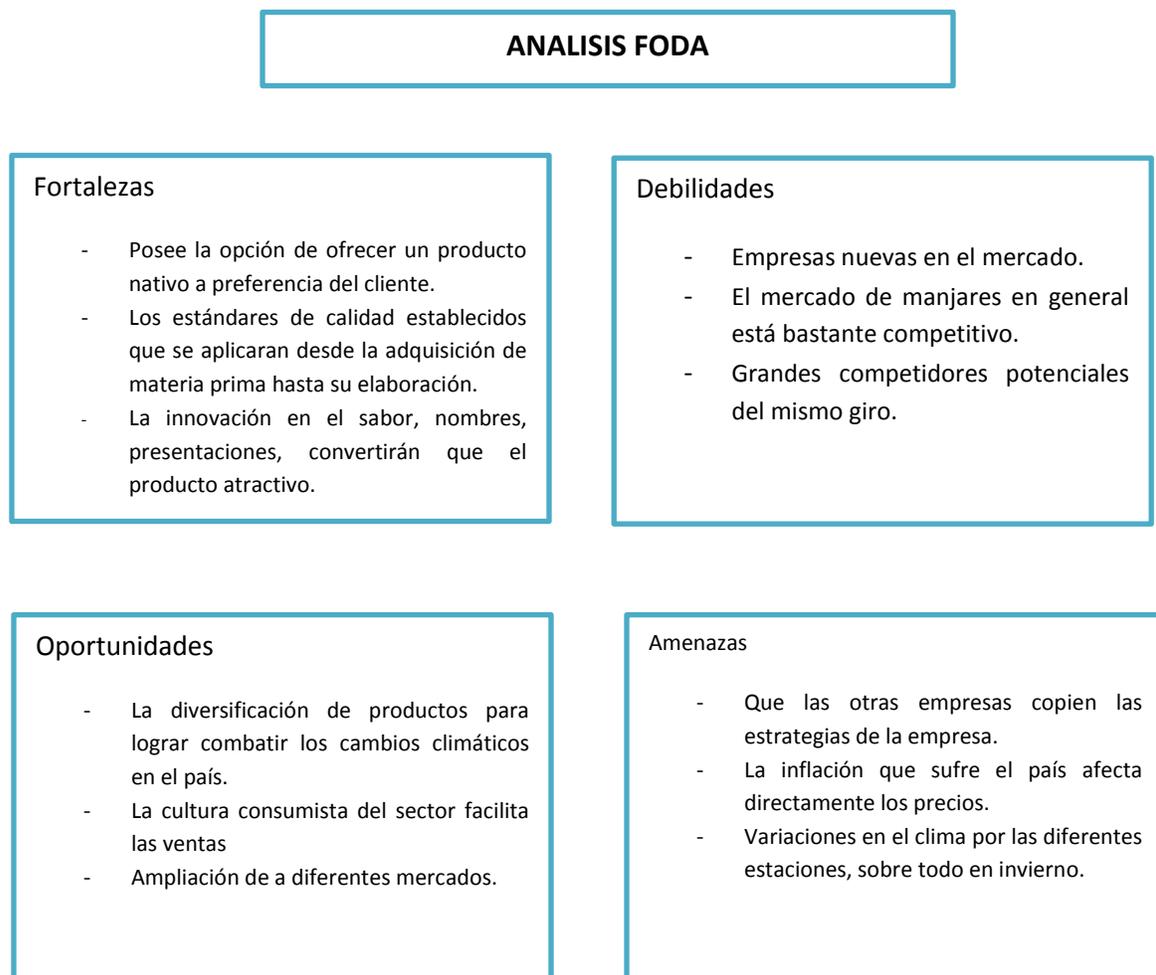


Ilustración N° 5: Análisis FODA

Elaboración Propia

## 2.5.- Ley de MYPE, Micro y Pequeña Empresa, Características

Según el Art. 1 de la Ley de MYPE 30056, La presente ley tiene por objeto establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), estableciendo políticas de alcance general y la creación de instrumentos de apoyo y promoción; incentivando la inversión privada, la producción, el acceso a los mercados internos y externos y otras políticas que impulsen el emprendimiento y permitan la mejora de la organización empresarial junto con el crecimiento sostenido de estas unidades económicas.

Fuente: (CONGRESO DE LA REPÚBLICA, 2013)

### Tipos de Empresas

- Microempresa
- Pequeña empresa
- Mediana empresa

CUADRO COMPARATIVO		
TIPOS DE EMPRESA	LEY N°28015	LEY N°30056
<b>MICROEMPRESA</b>	Hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias - UIT	Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
<b>PEQUEÑA EMPRESA</b>	A partir del monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 Unidades Impositivas Tributarias - UIT.	Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)
<b>MEDIANA EMPRESA</b>	no tiene	Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

Ilustración N° 6: Cuadro comparativo de Leyes

Elaboración Propia

Fuente: (SUNAT, 2016)

Según el Art. N° 5 de la Ley de MYPE 30056, El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por decreto supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas y el Ministro de la Producción cada dos (2) años. Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector.

Fuente: (CONGRESO DE LA REPÚBLICA, 2013)

Es por esta razón que la empresa estará constituida como Micro Empresa, bajo la ley actual mencionada líneas arriba, ya que nos da las facilidades para poder acceder a programas del Estado el cual nos ayudara en un mejor desarrollo empresarial y poder enfocar bien nuestra línea de negocio, asimismo contaríamos con asesorías personalizadas el cual sería un plus para poder llegar a ser un líder en el mercado.

Por otro lado, nos da la facilidad de poder acogernos a todo los beneficios como una Micro Empresa con algunos requisitos esenciales ya mencionadas.

## 2.6.- Estructura Orgánica

La empresa EXPOTEMPLE S.A.C, tendrá una estructura Organizacional Funcional, si bien es cierto es la más antigua, pero actualmente muchas empresas aun cuentan con dicha estructura organizacional, ya que dividí que debe realizar la empresa en tareas, según funciones específicas.

### ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL FUNCIONAL

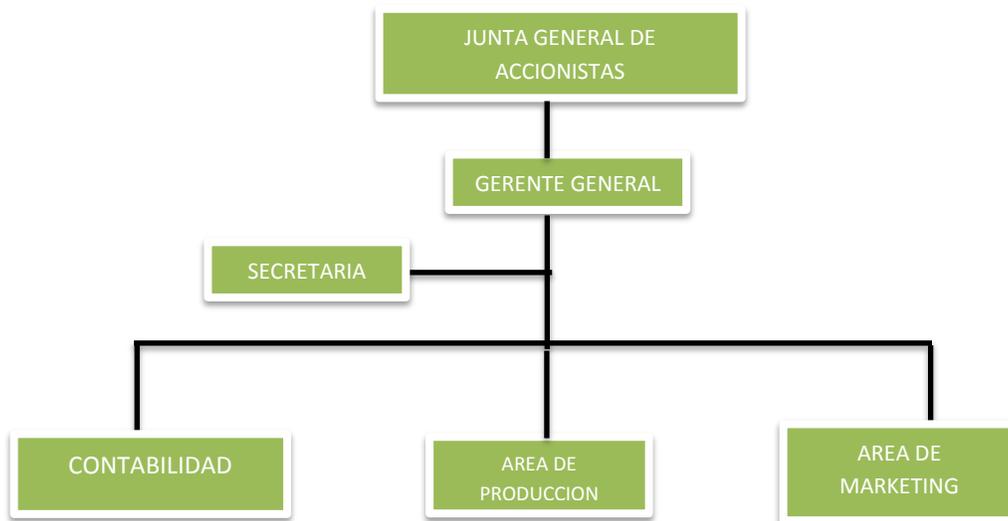


Ilustración N° 7: Estructura Organizacional Funcional

Elaboración Propia

## 2.7.- Cuadro de Asignación de Personal de la Empresa Expotemple S.A.C Régimen Laboral Especial Microempresa

EXPOTEMPLE S.A.C "MANJAR DE CAFÉ"											
Planilla de remuneraciones											
								SUELDO MINIMO	S/	850	
Cod.	Nombres y Apellidos	Cargo	Sueldo	Vacaciones 15 días	Total remuneración Anual	Descuentos		Total Descuentos	Neto a Pagar	Aportaciones	Total Aportaciones
						Total AFP	Renta 5ta. Cat.			ESSALUD	
						9%					
1	Rosario Monroy	Gerente General	5,000.00	2,500.00	62,500.00	6,250.00	10,605.00	16,855.00	45,645.00	5,625.00	5,625.00
2	Johana Gonzales	Secretaria	1,200.00	600.00	15,000.00	1,500.00	-	1,500.00	13,500.00	1,350.00	1,350.00
3	Wilmer Torres	Contador	2,200.00	1,100.00	27,500.00	2,750.00	-	2,750.00	24,750.00	2,475.00	2,475.00
4	Carla Rios	Jefe de Produccion	2,400.00	1,200.00	30,000.00	3,000.00	4,917.50	7,917.50	22,082.50	2,700.00	2,700.00
5	Ronald Ramos	Asistente de Marketing	1,500.00	750.00	18,750.00	1,875.00	-	1,875.00	16,875.00	1,687.50	1,687.50
			<b>12,300.00</b>	<b>6,150.00</b>	<b>153,750.00</b>	<b>15,375.00</b>	<b>15,522.50</b>	<b>30,897.50</b>	<b>122,852.50</b>	<b>13,837.50</b>	<b>13,837.50</b>

Ilustración N° 8: Asignación de Personal

Elaboración Propia

Fuente: (MINSa, 2016)

## Perfil del Personal del Trabajo

- **Gerente General:** Titulado en Administración de empresas, Diplomatura o Maestría de Gestión de Administración y/o cursos afines. Contar con 5 años de experiencia en el puesto. Asimismo, se busca excelencia, compromiso, comunicación eficaz, don de mando, liderazgo y pensamiento estratégico.
- **Secretaria:** Estudiante de los últimos ciclos y/o Egresada de secretariado ejecutivo, contar con estudios de inglés, buena redacción, pro-activa, con compromiso, conocimiento de Microsoft Word, contar con 1 año de experiencia en el puesto, orientación al cliente, tolerancia a la presión.
- **Contador:** Colegiado en Contabilidad, Interpretación de estados financieros, Elaboración y Evaluación de Presupuestos, NIF'S, NIC'S, Tributación, Ofimática. Contar con 3 años de experiencia en el puesto. Asimismo, sus habilidades profesionales serian: Adhesión a normas, compromiso, comunicación eficaz, creatividad e innovación, trabajo en equipo y orientación al cliente.
- **Jefe de Producción:** bachiller, titulado en Ingeniería industrial y/o carreras afines. Diplomado o Especialización en Gerencia o Gestión de Proyectos, Ms Project, contar con 2 años de experiencia en el puesto. Asimismo, sus habilidades profesionales serian: compromiso, comunicación eficaz, trabajo en equipo y orientación al cliente.
- **Asistente de Marketing:** Estudiante de los últimos ciclos y/o Egresado de la carrera de ciencias de las comunicaciones, buena redacción, conocimiento de informática a nivel intermedio, conocimiento de manejo en base de datos, facilidades con programas de páginas web, como, Twitter, Facebook, entre otros, trato con proveedores de servicios, trabajo en equipo, comunicación verbal efectiva, manejo de estrés, orientación a resultados y calidad.

## 2.8.- Forma Jurídica Empresarial

### Tipos de Sociedades

- I. **Empresa Individual de Responsabilidad Social (EIRL):** El capital de la empresa deberá estar íntegramente suscrito y pagado al momento de constituirse la empresa. Y que es distinto al patrimonio del titular o dueño.
- II. **Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (SRL):** La S.R.L. si bien tiene ciertas características en común con la anónima, difiere en ciertas cuestiones. Suelen poseer estatutos más simples que las S.A., a diferencia de estas, las de responsabilidad limitada no pueden cotizar en la bolsa, su número de socios debe ser siempre menor a 50 y no pueden asociarse con una sociedad anónima.
- III. **Sociedad Anónima Cerrada (SAC):** El Capital Social está representado por acciones nominativas y se conforma con los aportes (en bienes y/o en

efectivo) de los socios, quienes no responden personalmente por las deudas sociales.

- IV. **Sociedad Anónima (SA):** Se caracteriza por pertenecer a sus accionistas, que deben ser al menos dos y cuya responsabilidad está limitada a los aportes realizados. La sociedad anónima puede o no cotizar en la bolsa y debe tener un mínimo de 500 accionistas.

Fuente: (SUNAT, 2016)

CUADRO COMPARATIVO DE TIPOS DE SOCIEDADES			
EIRL	SRL	SAC	SA
Un solo Dueño	2 o mas accionistas	2 a 20 accionistas	2 a 20 socios
Responsabilidad Limitada	Responsabilidad Limitada	Responsabilidad Limitada	Se entregan participaciones
Titular y/o Gerente	Junta de Accionistas	Junta de Accionistas y Gerente General (Directorio Opcional)	Usado para empresas Familiares
Capital Social: Efectivo/Activos	Directorio	Directorio Social: Efectivo Activos General (Directorio Opcional)	
	Gerente General		

Ilustración N° 9: Tipo de sociedades

Elaboración Propia

Fuente: (SUNAT, 2016)

La empresa ha decidido escoger la Sociedad Anónima Cerrada por estos motivos:

- Es una figura muy recomendable para una empresa familiar, pequeña o mediana.
- Puede funcionar sin directorio.
- A pesar de que cuenta con un número reducido de accionistas, no es limitada la posibilidad de manejar grandes capitales.
- Se constituye por los fundadores al momento de concederse la escritura pública que contiene el pacto social y el estatuto, en cuyo caso suscriben íntegramente las acciones.
- No tiene acciones inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores.
- Se impone el derecho de adquisición preferente por los socios, a menos que el estatuto disponga lo contrario.
- No es relevante el volumen económico de la empresa, puede ser grande o pequeño, pero sí es importante el número reducido de accionistas que la conforma.
- Predomina el elemento personal, dentro de un esquema de sociedad de capitales.

## **2.9.- Registro de Marca y procedimientos en INDECOPI**

Según la INDECOPI, El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) fue creado en noviembre de 1992, mediante el Decreto Ley N° 25868.

Tiene como funciones la promoción del mercado y la protección de los derechos de los consumidores. Además, fomenta en la economía peruana una cultura de leal y honesta competencia, resguardando todas las formas de propiedad intelectual: desde los signos distintivos y los derechos de autor hasta las patentes y la biotecnología.

Asimismo cabe mencionar que la empresa EXPOTEMPLE S.A.C ha decidido que el producto no contara con marca inicialmente, ya que esta solo será marca blanca, el motivo de la decisión es por el tema de costos y los requisitos principales según INDECOPI. Sin embargo, esto no quiere decir que más adelante puede haber la posibilidad de poder crearle una marca al producto. Por otro lado, la obtención de la marca no es un requisito necesario para la exportación del Manjar de Café a Estados Unidos, Nueva York, Queens.

## **2.10.- Requisitos y Trámites Municipales**

Según el Art. 1° de la Ley de Marco de Licencia de Funcionamiento, La presente Ley tiene como finalidad establecer el marco jurídico de las disposiciones aplicables al procedimiento para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento expedida por las municipalidades.

### **Otorgamiento de la Licencia de Funcionamiento**

Autorización que otorgan las municipalidades para el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento determinado, en favor del titular de las mismas. Podrán otorgarse licencias que incluyan más de un giro, siempre que éstos sean afines o complementarios entre sí. Las municipalidades, mediante ordenanza, deben definir los giros afines o complementarios entre sí, para el ámbito de su circunscripción.

La licencia de funcionamiento para Cesionarios permite la realización de actividades simultáneas y adicionales en un establecimiento que ya cuenta con una licencia previa. El otorgamiento de una licencia de funcionamiento no obliga a la realización de la actividad económica en un plazo determinado. Las instituciones, establecimientos o dependencias, incluidas las del sector público, que conforme a esta Ley se encuentren exoneradas de la obtención de una licencia de funcionamiento, se encuentran obligadas a respetar la zonificación vigente y comunicar a la municipalidad el inicio de sus actividades, debiendo acreditar el cumplimiento de las condiciones de seguridad en defensa civil.

Fuente: (INDECOPI, 2007)

## **Requisitos para la Licencia de Funcionamiento**

Para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento serán exigibles como máximo, los siguientes requisitos:

a) Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada, que incluya: 1. Número de R.U.C. y D.N.I. o Carné de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda. 2. D.N.I. o Carné de Extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas, u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.

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

c) Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad o Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil de Detalle o Multidisciplinaria, según corresponda.

d) Adicionalmente, de ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:

- ✓ d.1) Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.
- ✓ d.2) Informar sobre el número de estacionamientos de acuerdo a la normativa vigente, en la Declaración Jurada.
- ✓ d.3) Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que conforme a Ley la requieran de manera previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento.
- ✓ d.4) Copia simple de la autorización expedida por el Instituto Nacional de Cultura, conforme a la Ley N° 28296 [T.338, §172], Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación. Verificados los requisitos señalados, se procederá al pago de la Tasa a que hace referencia el artículo 15° de esta Ley.

Fuente: (INDECOPI, 2007)

## **Facultad fiscalizadora y sancionadora**

Las municipalidades deberán realizar las labores de fiscalización de las actividades económicas con el fin de verificar el cumplimiento de las obligaciones de los titulares de las licencias de funcionamiento conforme a ley, pudiendo imponer las sanciones a que hubiera lugar en el caso de incumplimiento. Las municipalidades no pueden exigir tasas u otros cobros por el ejercicio de su actividad fiscalizadora. Asimismo, las actividades de fiscalización como parte del procedimiento de inspección multidisciplinaria, deberán ser únicas y realizarse en el mismo momento, con el objeto de hacer más eficiente la verificación del cumplimiento de las medidas de seguridad.

## Informe de Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil

Documento que sustenta y consigna el resultado de la ejecución de una Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil, mediante la cual se verifica y evalúa el cumplimiento de las condiciones de seguridad en defensa civil establecidas en la normativa vigente sobre la materia.

Fuente: (INDECOPI, 2007)

### 2.11.- Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y modalidades

Según el Régimen Tributario, Son aquellas categorías en las cuales toda persona natural o jurídica que posea o va a iniciar un negocio deberá estar registrada en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT, que establece los niveles de pagos de impuestos nacionales.

RÉGIMENES DE RENTA DE 3RA CATEGORIA		
RÉGIMEN GENERAL	RÉGIMEN ESPECIAL	NUEVO RÉGIMEN ÚNICO SIMPLIFICADO
Régimen de personas Jurídicas	RER: Régimen Especial del Impuesto a la Renta	Nuevo RUS: Régimen Unico Simplificado.

Ilustración N° 10: Regímenes de 3era categoría

Elaboración Propia

Fuente: (SUNAT, 2016)

En el presente cuadro se visualiza los regímenes que pertenecen a la renta de 3ra categoría, los cuales es importante identificarlo, ya que para la constitución de la empresa se requiere tener información e identificar los requisitos necesarios para dar inicio al proyecto.

#### Régimen de MYPE Tributario Nuevo

El nuevo régimen representa un esfuerzo por hacer más simple la forma de tributar al reducir sustantivamente su costo tributario, a la vez que contribuye con la formalización mediante la declaración de sus ingresos y sus gastos. Permite, además, un tránsito ordenado y progresivo hacia el Régimen General. En este régimen se pueden acoger todas las actividades económicas”, precisó la Sunat.

### **Acogimiento de Régimen MYPE Tributario (RMT)**

- Corresponde incluirse siempre que cumpla con los requisitos. Deberá considerar:
- De iniciar actividades, podrá acogerse con la declaración jurada mensual del mes de inicio de actividades, efectuada dentro de la fecha de su vencimiento.
- Si proviene del NRUS, podrá acogerse en cualquier mes del ejercicio gravable, mediante la presentación de la declaración jurada que corresponda.
- Si proviene del RER, podrá acogerse en cualquier mes del ejercicio gravable, mediante la presentación de la declaración jurada que corresponda.
- Si proviene del Régimen General, podrá afectarse con la declaración del mes de enero del ejercicio gravable siguiente.

Además, por el año 2017, la SUNAT incorporará de oficio a los contribuyentes que al 31.12.2016 hubieren estado tributando en el Régimen General y cuyos ingresos netos del ejercicio 2016 no superaron las 1,700 UIT, salvo que por el período de enero de 2017 se hayan acogido al Nuevo RUS (NRUS) o al Régimen Especial de Renta (RER), con la declaración correspondiente al mes de enero del 2017, sin perjuicio que la SUNAT pueda en virtud de su facultad de fiscalización incorporar a estos sujetos en el Régimen General de corresponder.

### **Impuestos a Pagar**

<b>INGRESOS NETOS ANUALES</b>	<b>PAGOS A CUENTA</b>
HASTA 300 UIT	1%
> 300 HASTA 1700 UIT	COEFICIENTE O 1.5%

Ilustración N° 11: Impuestos a pagar

Elaboración Propia

Fuente: (SUNAT, 2016)

En el presente cuadro se muestra el impuesto a pagar de acuerdo a tus ingresos netos anuales, según el estado de resultados de la empresa.

## Tasas

RENDA NETA ANUAL	TASAS
Hasta 15 UIT	10%
Más de 15 UIT	29.50%

Ilustración N° 12: Tasas

Elaboración Propia

Fuente: (SUNAT, 2016)

Después de las explicaciones líneas arriba sobre la Ley Tributaria en mención, la empresa desarrollara el Régimen MYPE Tributario en base a las ventajas que puede brindan dicho Régimen y a las ventas que tendremos por año, además que según las leyes de la SUNAT estaríamos dentro de las características de dicho régimen.

### 2.12.- Registro de Planillas Electrónicas (PLAME)

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

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

Fuente: (SUNAT, 2016)

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

Ilustración N° 13: Cuadro de planilla electrónica

Fuente: (SUNAT, 2016)

La empresa EXPOTEMPLE S.A.C, se acogerá bajo este criterio por los siguientes beneficios:

- Gestiona todos los tipos de planillas que tenga la empresa.
- Lógica configurable por cada tipo de planilla de acuerdo a las políticas de la empresa.
- Permite gestionar múltiples empresas desde una única instalación.
- Contempla todas las normas legales vigentes.
- Impresión de todos los formatos requeridos.
- Reportes analíticos para la toma de decisiones gerenciales.
- Alertas automáticas por correo electrónico.

### **2.13.- Régimen Laboral Especial y Régimen General**

Según el Régimen Tributario, Son aquellas categorías en las cuales toda persona natural o jurídica que posea o va a iniciar un negocio deberá estar registrada en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT, que establece los niveles de pagos de impuestos nacionales.

Fuente: (SUNAT, 2016)

#### **Régimen Laboral Especial**

El RER es un régimen tributario dirigido a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que obtengan rentas de tercera categoría provenientes de:

- a. Actividades de comercio y/o industria, como la venta de bienes que se adquieren, produzcan o manufacturen , así como la de aquellos recursos naturales que extraigan, incluidos la cría y el cultivo.
- b. Actividades de servicio, es decir, cualquier actividad no señalada anteriormente o que sólo se lleve a cabo con mano de obra.
- c. Su tasa es de 1.5% de los ingresos netos mensuales.

Fuente: (PYMEX, 2015)

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

Ilustración N° 14: Cuadro comparativo de Régimen general y Régimen Especial

Fuente: (MTPE, 2016)

En el presente cuadro comparativo se puede observar que brindamos un resumen de las características importantes de cada régimen tributario, el cual es de suma importancia para la constitución de nuestra empresa y poder saber cuáles son los requisitos necesarios para poder acoger a este. Asimismo, cabe mencionar que se respetara las condiciones según la Ley establecida por la Sunat.

Por otro lado, cabe mencionar que EXPOTEMPLE S.A.C pertenecerá a una micro empresa ya que por las ventas anuales que tendríamos que acogernos a dicho régimen, en el cuadro también se resalta los beneficios de los trabajadores que pertenecen a una Micro empresa, cuáles serían sus ventajas de pertenecer a nuestra empresa.

## Pensiones de Jubilación

### Régimen Laboral Especial

Requisitos para solicitar pensión de jubilación – Regímenes Especiales				
Modalidad	Edad		D.L. N° 19990 (1)	D.L. N° 25967 (2)
	Hombres	Mujeres	Aportes requeridos para pensión	Aportes requeridos para pensión
Construcción Civil (3)	55 años		15 años de aportación	20 años de aportación debiéndose incluir los requisitos señalados para el D.L. N° 19990.
Marítimos	55 años		15 años de aportación.(*)	Mínimo 20 años de aportación y haber realizado por algún tiempo en este periodo labores como marítimo (*)
Periodistas (3)	55 años	50 años	15 ó 13 años de aportación	20 años de aportación debiéndose incluir los requisitos señalados para el D.L. N° 19990.
Industrias del Cuero	55 años	50 años	15 ó 13 años de aportación	20 años de aportación de los cuales 15 ó 13 años de aportación en la modalidad.
Pilotos y Copilotos	55 años	50 años	15 años de aportación	20 años de aportación debiéndose incluir los requisitos señalados para el D.L. N° 19990
	56 años		15 ó 13 años de aportación	20 años de aportación debiéndose incluir los requisitos señalados para el D.L. N° 19990
	57 años		15 ó 13 años de aportación	20 años de aportación debiéndose incluir los requisitos señalados para el D.L. N° 19990
	58 años		15 ó 13 años de aportación	20 años de aportación debiéndose incluir los requisitos señalados para el D.L. N° 19990
	59 años		15 ó 13 años de aportación	20 años de aportación debiéndose incluir los requisitos señalados para el D.L. N° 19990
Amas de casa (4)	--	55 años	5 años de aportación	20 años de aporte como mínimo a partir del 19 de diciembre de 1992 (fecha de entrada de vigencia del D.L. N° 25967)

Ilustración N° 15: Pensión de Jubilación Régimen Especial

Fuente: (ONP, 2016)

En la siguiente imagen se muestra un resumen de los requisitos necesarios para poder tramitar la jubilación, de acuerdo al régimen que perteneces como trabajador.

## **2.14.- Contratos Laborales**

El Decreto Legislativo N° 728 – Ley de Productividad y Competitividad Laboral – Decreto Supremo N° 003-97-TR y por el Decreto Supremo N° 001-96-TR Reglamento de la Ley de Fomento al Empleo (Hoy denominada Ley de Productividad y Competitividad Laboral). Precisamente de un análisis somero del contenido de la citada normatividad procedemos a esbozar los alcances más importantes sobre la contratación laboral individual tratando de aterrizar en los tópicos básicos de su regulación que nos permitan tener una visión simple y panorámica del escenario legal en que se desenvuelve la institución baluarte de nuestro derecho del trabajo el Contrato Individual de Trabajo.

### **Tipos de Contratos**

- 1) Contrato por inicio o incremento de actividad.
- 2) Contrato por necesidad de mercado.
- 3) Contrato por reconversión empresarial.
- 4) Contrato ocasional.
- 5) Contrato de suplencia.
- 6) Contrato de emergencia
- 7) Contrato por obra determinada o servicio específico.
- 8) Contrato intermitente
- 9) Contrato de temporada.

Fuente: (MINTRA, 2010)

<b>MODALIDADES DE CONTRATOS LABORALES</b>				
<b>Contrato por inicio o incremento de actividad.</b>	<b>Contrato por necesidad de mercado</b>	<b>Contrato por reconversión empresarial</b>	<b>Contrato ocasional</b>	<b>Contrato de suplencia</b>
Se entiende como nueva actividad, tanto el inicio de la actividad productiva, como la posterior instalación o apertura de nuevos establecimientos o mercados, así como el inicio de nuevas actividades o el incremento de las ya existentes dentro de la misma empresa.	En este tipo de contrato se busca atender los incrementos coyunturales de la producción, originados por variaciones sustanciales de la demanda en el mercado, aún cuando se trate de labores ordinarias que forman parte de la actividad normal y que no pueden ser satisfechas por el personal permanente.	Este tipo de contrato es utilizado para los casos de sustitución, modificación y ampliación de las actividades desarrolladas en la empresa, y en general toda variación de carácter tecnológico en las maquinarias, equipos, instalaciones, medios de producción, sistemas, métodos.	Se utiliza para atender necesidades transitorias de la empresa, diferentes de la actividad habitual del centro de trabajo.	Se utiliza para sustituir temporalmente a un trabajador estable de la empresa, cuyo vínculo laboral se encuentra suspendido por alguna causa prevista en la legislación laboral.
Su duración máxima es de tres años.		Su duración máxima es de dos años. (Art. 59 del TUO de la LPCL)	Su duración máxima es de seis meses al año. (Art. 60 del TUO de la LPCL)	Su duración será la que resulte necesaria.
<b>Contrato de emergencia</b>	<b>Contrato por obra determinada o servicio específico</b>	<b>Contrato intermitente</b>	<b>Contrato de temporada</b>	
Este se celebra para cubrir las necesidades derivadas de un caso fortuito o fuerza mayor, coincidiendo su duración con la de la emergencia. (Art. 62 del TUO de la LPCL)	Son aquellos que tienen un objeto previamente establecido, y una duración determinada.	Se celebra para cubrir las necesidades de las actividades de la empresa que por su naturaleza son permanentes pero discontinuas. Puede efectuarse con el mismo trabajador, quien tendrá derecho preferencial en la contratación, pudiendo consignarse en el contrato primigenio tal derecho, el que operará en forma automática, sin necesidad de requerirse de nueva celebración de contrato o renovación	Se celebra para atender necesidades propias del giro de la empresa o establecimiento, que se cumplen sólo en determinadas épocas del año y que están sujetas a repetirse en periodos equivalentes.	
	Su duración será la que resulte necesaria.			

### Ilustración N° 16: Modalidades de contratos

Elaboración Propia

Fuente: (MINTRA, 2010)

De acuerdo a lo establecido por la Ley de Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, y después de las evaluaciones respectivas de las modalidades de contratos laborales, se elegirá el que pueda beneficiar a ambas partes, por tal razón se trabajaran dos tipos de contratos por necesidad del mercado y contrato por temporada, ya que serían lo más adecuado para la empresa. Por otro lado, cabe resaltar que si el desempeño y su participación del empleador en el trabajo es la correcta, este tendrá la oportunidad de tener una renovación por parte de la empresa, en caso contrario sería cesado y pagado en base a los beneficios del régimen establecido. Asimismo, siempre respetando los requisitos necesarios del empleador y el empleado.

## **2.15.- Contratos Comerciales y Responsabilidad Civil**

Los tipos de contrato que EXPOTEMPLE S.A.C, usaran para formalización cualquier responsabilidad u obligación y pactar la compraventa del producto, proveedores, entre otros son los siguientes:

### **Tipos de contratos**

- Contrato de compraventa
- Contrato de Arrendamiento
- Contrato de Seguro
- Contrato de Prestación de Servicios

### 3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

#### 3.1.- Descripción del producto

El manjar de café es un producto considerado como lácteo, es a base de leche saborizada con café natural con una textura diferente, suave y con un sabor único. Elaborado a partir de la materia prima del café, mientras que la leche lo proveerá mi aliado estratégico Nestlé. Asimismo, su presentación será en un frasco de 200gr.



Ilustración N° 17: Manjar de Café

Fuente: (ECUADORDELSUR, 2016)

#### Propiedades y Aspectos Nutricionales

En el siguiente cuadro se puede apreciar la composición nutricional del manjar en 30 g de parte comestible.

Porciones: 1		30 g	
Calorías	90	Sodio	0 mg
Grasas totales	1 g	Potasio	0 mg
Saturadas	0 g	Carbohidratos totales	20 g
Poliinsaturados	0 g	Fibra dietética	0 g
Monoinsaturados	0 g	Azúcares	18 g
Trans	0 g	Proteínas	1 g
Colesterol	0 mg		
Vitamina A	0%	Calcio	0%
Vitamina C	0%	Hierro	0%

Ilustración N° 18: Propiedades Nutricionales

Fuente: (MYFITNESSPAL, 2016)

En la imagen se muestra un cuadro referencial de 30gr de manjar de café y la información nutricional con respecto al producto.

### 3.1.1.- Clasificación Arancelaria

Ley General de Aduanas de 2008, Art. N° 2, indica que el presente Reglamento rige para todas las actividades aduaneras en el Perú y es aplicable a personas, mercancía y medio de transporte dentro del territorio aduanero.

#### Partida Arancelaria – Perú

La clasificación arancelaria para el producto principal de “Manjar de Café” se ve reflejada en la siguiente partida.

N°	Partida	Descripción Arancelaria	Valor FOB (US\$)							
			2013	2014	2015	2016	2017	Var.% 2017/2016	Part.% 2017	Crec.% 2017/2013
		TOTAL [M][E]	1,105,603	3,567,342	851,590	823,333	121,785	-85.21%	100.00%	-42.39%
1	1901902000	Manjar blanco o dulce de leche [M][E]	1,105,603	3,567,342	851,590	823,333	121,785	-85.21%	100.00%	-42.39%

Ilustración N° 19: Clasificación Arancelaria

Fuente: (SUNAT, 2016)

Asimismo, se muestra la clasificación de las medidas impuestas por la partida arancelaria en relación a los gravámenes vigentes.

1901.90		Other:			PE, SG)
1901.90.10	00	Malt extract: Fluid.....	liters.....	3.2c/liter	Free (A+, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA,
					26c/liter

Ilustración N° 20: Clasificación arancelaria de Estados Unidos

Fuente: (USITC, 2017)

En la presenta imagen se puede visualizar que para Estados Unidos la partida correspondiente, estaría dentro de la familia de los manjares e igual que la partida de Perú.

Gravámenes Vigentes	Valor
Ad / Valorem	0%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Específicos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	2%
Sobretasa	0%
Unidad de Medida:	(*)

Ilustración N° 21: Gravames vigentes

Fuente: (SUNAT, 2016)

Adicionalmente, parte de la valiosa información obtenida por medio de la SUNAT se puede visualizar los diferentes convenios que cuenta la presente partida arancelaria (1901.90.20.00).

### Acuerdo Comercial TLC Perú - Estados Unidos

Por otro lado cabe mencionar que EXPOTEMPLE S.A.C tendría la ventaja de poder exportar por el acuerdo comercial que hay entre Perú y Estados Unidos, el facilitaría el ingreso del producto, el cual nos da las siguientes oportunidades:

- Contribuye a mejorar calidad de vida de las personas a través del acceso del consumidor a productos más baratos y de mayor calidad y variedad, la expansión de la oferta de empleo, el incremento de los salarios reales en el sector exportador.
- Establece reglas claras y permanentes para el comercio de bienes y de servicios y para las inversiones, que fortalecen la institucionalidad, la competitividad y las mejores prácticas empresariales en el país.
- Crea mecanismos para defender los intereses comerciales peruanos en Estados Unidos y define mecanismos claros, transparentes y eficaces para resolver posibles conflictos de carácter comercial que puedan suscitarse.
- Eleva la productividad de las empresas peruanas, al facilitar la adquisición de tecnologías más modernas y a menores precios, que promueven la exportación de manufacturas y servicios con valor agregado.

Fuente: (ACUERDOS COMERCIALES, 2016)

### **3.1.2.- Propuesta de Valor**

A continuación, se detallará 5 puntos relevantes del Manjar de Café que determinara la diferencia con sus competidores:

- **Producto:** El Manjar de Café se va diferenciar con su competencia porque será un producto innovador, ya que no es conocido a nivel internacional.
- **Textura:** El producto tendrá una textura suave, no muy espesa y que sea gustosa al paladar del consumidor final.
- **Sabor:** Se diferenciara de la competencia porque será un producto que no va contar con gran porcentaje de azúcares.
- **Envase:** La presentación del producto será en envase de vidrio, muy originario con un diseño de etiqueta colorida que hará referencia al país de origen.
- **Calidad:** El Manjar de Café será un producto de calidad, certificado por entidades que regularan, el cual demostrara que no será un producto cualquiera que ingresara al mercado elegido, dando la confianza al consumidor final y garantizando un producto saludable.

### **Producción de Manjar de Café**

En esta etapa del proceso se recomienda ya que halla un sistema de control en el proceso de elaboración con el fin de asegurar que los bienes adquiridos (por ejemplo, insumos, aditivos, etc.) cumplan los requisitos establecidos por el mismo, incluyendo los requisitos referidos a la inocuidad.

A continuación, se presenta el diagrama de flujo del proceso productivo para obtener el Manjar de café

**Tabla N° 2: Diagrama de Flujo- Manjar de café**



Fuente: (INTI, 2010)

### **Etapas 1: Recepción de leche y café**

La leche se recibe y controla para conocer su calidad, luego se conserva refrigerada (2-8°C) hasta el momento de procesarla.

Algunos de los controles a realizar pueden ser:

- ✓ Es aconsejable que la leche no tenga más de 24 hs.
- ✓ Control visual: Observar si presenta impurezas o color anormal.
- ✓ Control aroma: Verificar si emana olores extraños.
- ✓ Controlar la temperatura de entrega, ( $T < 8^{\circ}\text{C}$ ).
- ✓ Realizar la prueba del alcohol 70°.
- ✓ Evaluar la acidez Dornic, pH.

## **Etapa 2: Higienización**

Antes de comenzar la elaboración es necesario eliminar la suciedad que se incorpora en la leche. Con ese objetivo, se la filtra a través de filtros de malla fina.

## **Etapa 3: Elaboración**

Esta etapa es muy importante. En ella se evapora el agua (por calentamiento), se eliminan las bacterias patógenas presentes en la materia prima por efecto de la temperatura y ocurren todos los cambios para la obtención del manjar de café.

## **Etapa 4: Enfriamiento a 60°**

Inmediatamente finalizada la elaboración, el manjar de café obtenido se enfría a 60°C para realizar el envasado. El enfriado se puede realizar en un recipiente destinado a tal efecto. Consiste simplemente en un recipiente de acero inoxidable o material sanitario donde deberá haber agua bien fría y en cantidad.

## **Etapa 5: Envasado**

El envasado se realiza generalmente con el manjar todavía a unos 50-55°C para permitir un fácil flujo y deslizamiento. Envasar a mayor temperatura tendría el inconveniente de que continuarían produciéndose vapores dentro del envase que, condensando en la tapa, podrían facilitar la aparición de hongos.

## **Etapa 6: Almacenamiento**

Luego se procederá al almacenamiento a temperatura refrigerada.

Fuente: (INTI, 2010)

### 3.1.3.- Ficha Técnica Comercial

**Tabla N° 3: Ficha Técnica Comercial**

<b>FICHA TÉCNICA COMERCIAL</b>	
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	<b>MANJAR DE CAFÉ</b>
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	El manjar de café es un producto considerado como lácteo ya que la leche saborizada con café natural con una textura diferente, suave y con un sabor único. Elaborado a partir de la materia prima del café, mientras que la leche lo proveerá mi aliado estratégico Nestlé.
<b>LUGAR DE ELABORACIÓN</b>	Producto elaborado en la Planta ubicada en la avenida Néstor Gambeta N°9053. Teléfono de contacto: 425-0750
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b>	<p>calorías: 90            grasas totales: 1g            carbohidratos totales: 20 g            azúcares: 18g            proteínas: 1g</p> 
<b>PRESENTACIÓN Y EMPAQUES COMERCIALES</b>	Envase de vidrio por 200gr
<b>CARACTERÍSTICAS ORGANOLÉPTICAS</b>	Es de sabor característico agradable y textura suave, acompañada de un color marrón oscuro, resaltando el café.
<b>VIDA UTIL</b>	90 días a partir del día de su elaboración

Elaboración propia

Fuente: (CENTRO AGROPECUARIO DE LA GRANJA, 2010)

### 3.2.- Investigación del Mercado de Objetivo

El análisis que se realizó para escoger el mercado para nuestro plan de negocio es una herramienta esencial, el cual ayudara a concretar el mejor modelo para nuestro plan de exportación. Asimismo, lo que se requiere en esta investigación es poder presentar un producto innovador a un mercado que nos dará grandes oportunidades de ingreso, para satisfacer nuevas necesidades de nuestro futuro consumidor finales.

Por otro lado, la investigación de mercado nos ayudara a identificar las, preferencias, gustos y necesidades de nuestros consumidores, para así se sientan fidelizado con nuestro. A continuación, se detallará información relevante para la investigación de mercado, el cual mostrara como resultado nuestro mercado objetivo.

#### 3.2.1.- Segmentación de Mercado Objetivo

##### ESTADOS UNIDOS

###### ➤ Información General

**Población total:** 323.995.528

**Crecimiento natural:** 0,8%

**Densidad:** 35 habitantes/km<sup>2</sup>

**Población urbana:** 81,6%

**Idioma(s) de negocios:** inglés.

**Religión:** Protestantes 52%, Católicos 24%, Mormones 2%, Judíos 1%, Musulmanes 1%, Otros 10%, Sin religión 10%.

Fuente: (SANTANDER TRADE, 2016)

###### ➤ Perfil del País

**Área:** 9.831.510 km<sup>2</sup>

**Forma de gobierno:** Estados Unidos es una república federal basada en la democracia representativa con la separación de poderes entre las ramas del gobierno. Estados Unidos se compone de 50 estados semis soberanos que disfrutan de una gran autonomía.

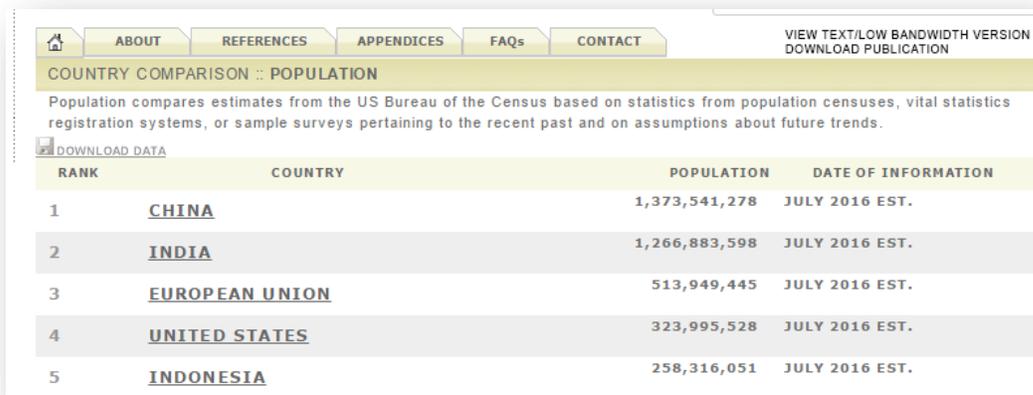
**Nivel de desarrollo:** Economía de ingresos elevados, miembro de la OCDE, miembro del G8.

Primera potencia mundial, mayor exportador del mundo, alto nivel de endeudamiento

**IDH\*: 0,915/1**

IDH (clasificación mundial) 8/188

Fuente: (OFICINA DE POBLACION DIPLOMATICA, 2017)



Country Comparison :: Population

Population compares estimates from the US Bureau of the Census based on statistics from population censuses, vital statistics registration systems, or sample surveys pertaining to the recent past and on assumptions about future trends.

[DOWNLOAD DATA](#)

RANK	COUNTRY	POPULATION	DATE OF INFORMATION
1	<a href="#">CHINA</a>	1,373,541,278	JULY 2016 EST.
2	<a href="#">INDIA</a>	1,266,883,598	JULY 2016 EST.
3	<a href="#">EUROPEAN UNION</a>	513,949,445	JULY 2016 EST.
4	<a href="#">UNITED STATES</a>	323,995,528	JULY 2016 EST.
5	<a href="#">INDONESIA</a>	258,316,051	JULY 2016 EST.

Ilustración N° 22: Cuadro comparativo de la Población

Fuente: (CIA, 2016)

En la presente Figura N° 29, se muestra que Estados Unidos está en el 4to lugar del ranking de países más poblados, el cual demuestra que es una población grande con oportunidades de negocios.

<b>Indicadores de comercio exterior</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Importación de bienes</b> (millones de USD)	2.266.024	2.336.524	2.329.060	2.412.547	2.307.946
<b>Exportación de bienes</b> (millones de USD)	1.482.508	1.545.703	1.579.593	1.620.532	1.504.914
<b>Importación de servicios</b> (millones de USD)	404.468	424.152	438.366	453.265	469.11
<b>Exportación de servicios</b> (millones de USD)	605.59	633.576	664.948	690.127	690.061
<b>Importación de bienes y servicios</b> (crecimiento anual en %)	5,5	2,2	1,1	4,4	4,6
<b>Exportación de bienes y servicios</b> (crecimiento anual en %)	6,9	3,4	3,5	4,3	0,1
<b>Importación de bienes y servicios</b> (en % del PIB)	17,3	17,1	16,6	16,6	15,4
<b>Exportación de bienes y servicios</b> (en % del PIB)	13,6	13,6	13,6	13,7	12,6
<b>Balanza comercial</b> (millones de USD)	-740.644	-741.172	-702.243	-752.169	-762.565
<b>Comercio exterior</b> (en % del PIB)	30,9	30,7	30,2	30,2	28,0

Ilustración N° 23: Indicadores del comercio exterior

Fuente: (SANTANDER TRADE, 2016)

Estos resultados permitirán visualizar claramente los indicadores más importantes del comercio exterior en Estados Unidos, para brindar información que va ayudar a poder escoger mejor el mercado objetivo en base a su crecimiento y desarrollo del país.

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

Fuente: IMF – World Economic Outlook Database, 2016

Nota: (e) Datos estimados

## Ilustración N° 24: Indicadores de Crecimiento

Fuente: (SANTANDER TRADE, 2016)

En la figura N° 31 se ha analizado el crecimiento del país haciendo una comparación de los últimos 5 años, el cual muestra que gran avanzando y desarrollo continuo que tiene Estados Unidos, dando a saber que hay oportunidades de negocio para futuros microempresarios, es por ello que se eligió como el mercado objetivo para poder desarrollar el Plan de Negocio.

## NEW YORK

### ➤ Información General

Nueva York con una superficie de 141.297 Km<sup>2</sup>, es un estado de tamaño mediano, comparado con el resto de los estados del país.

Nueva York tiene una población de 19,795.791 habitantes, es decir es el 4° estado de Estados Unidos en cuanto a población se refiere. Su densidad de población, 140 habitantes por Km<sup>2</sup>, es alta comparada con la densidad de población de Estados Unidos y la del resto de los estados.

Esta región circular se encuentra al sureste de las Tierras Bajas de St. Lawrence. Lago Placid, Lago Saranac, y Lago Tupper son cuerpos de agua principales en las Montañas Adirondack, a lo largo del Lago Tear of the Clouds, el manantial del Río Hudson.

Esta región cubre 2.3 millones de hectáreas en el norte de Nueva York. Está limitada al este por el Lago Champlain, al sur por el Valle del Río Mohawk, al oeste por el Río Black, y al norte por el Río St. Lawrence. La región boscosa contiene más de 2,200 lagos y 2,000 picos, incluyendo el Monte Marcy a 1,629 metros, el punto más alto en el estado de Nueva York. Sus áreas silvestres remotas están entre las más primitivas en el oriente de los Estados Unidos.

Nueva York tiene una tasa de desempleo del 4,6% de la población activa, una tasa inferior a la nacional, y es el 27<sup>a</sup> estado en el ranking de desempleo de estados de Estados Unidos, ordenados de menor a mayor tasa de desempleo.

Su PIB es de \$1.433.531M., lo que le sitúa como la 3<sup>a</sup> economía de Estados Unidos por volumen de PIB.

El PIB per cápita es un buen indicador de la calidad de vida. En Nueva York el PIB per cápita en 2015, fue de 72.416\$, frente a los 57.761\$ de PIB per cápita de Estados Unidos. Esta cifra supone que sus habitantes están entre los que tienen mejor nivel de vida de Estados Unidos, ya que ocupa el 1<sup>o</sup> puesto en el ranking de PIB Per cápita de los estados.

Fuente: (MAPAS MUNDIALES, 2013)



Ilustración N° 25: Mapa Geográfico de Nueva York

Fuente: (MAPAS MUNDIALES, 2013)

En la presente imagen podemos visualizar el mapa geográfico de Nueva York, donde se encuentra ubicado.

<b>Economía de Nueva York</b>		
<b>Cuentas Nacionales - Gobierno</b>		
PIB Mill. € [+]	2015	1.298.786M.€
PIB Per Capita [+]	2015	65.609€
<b>Mercado Laboral</b>		
Tasa de desempleo [+]	Enero 2017	4,6%
<b>Socio-Demografía</b>		
Densidad [+]	2015	140
Población [+]	2015	19.795.791
% Riesgo Pobreza [+]	2015	14,2%

Ilustración N° 26: Economía de Nueva York

Fuente: (DATOS MACRO, 2015)

Con respecto a las imágenes podemos observar una información general de cómo está la economía de Nueva York, asimismo evaluar la tasa de desempleo que para el presente año tiene un porcentaje de 4.6% el cual ha mejorado al año anterior. Asimismo, validando la cantidad de habitantes y el crecimiento continuo del país.

Comercio			
1.356.389,7 M.€	2015	Exportaciones [+]	
8,34%	2015	Exportaciones % PIB [+]	
2.080.167,3 M.€	2015	Importaciones [+]	
12,80%	2015	Importaciones % PIB [+]	
-723.777,6 M. €	2015	Balanza comercial [+]	
-4,45%	2015	Balanza comercial % PIB [+]	
5,7%	Febrero 2017	Comercio Minorista Interanual [+]	

### Ilustración N° 27: Comercio Exterior

Fuente: (DATOS MACRO, 2015)

La figura N° 35 muestra los montos estimados del comercio exterior de Nueva York cual ha sido su crecimiento en los últimos años, evaluando montos estadísticos de crecimiento, para así poder determinar a qué mercado nos estamos dirigiendo y que tan rentable es el país objetivo para mi producto.

ANÁLISIS PESTMA							
MANJAR DE CAFÉ	NIVEL DE IMPORTANCIA %	CORONA, QUEENS	%	JACKSON HEIGHT	%	EL BARRIO, MANHATTAN	%
1.- POLITICO/LEGAL (Estabilidad, leyes, riesgo país)	30	3	90	2	60	2	60
2.- ECONOMICO (PBI per capita, tasa de desempleo, entre otros)	25	2	50	2	50	3	75
3.- SOCIOCULTURAL (Costumbres, población, idioma)	20	3	60	1	20	2	40
4.- TECNOLOGIA (usuarios, alcance de internet, infraestructura)	10	2	20	2	20	3	30
5.- MEDIO AMBIENTE (responsabilidad social)	15	2	30	2	30	2	20
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>		<b>250</b>		<b>180</b>		<b>235</b>

PONDERACION	
1	BAJA
2	MEDIO
3	ALTO

Ilustración N° 28: Cuadro de análisis Pestma

Elaboración Propia

En el siguiente cuadro se ha desarrollado una comparación de 3 distritos los cuales se hizo un análisis para ver cuál sería el mejor distrito dentro de Nueva York para una mejor aceptación del producto elegido. Asimismo, se consideró hacer el análisis Pestma, ya que este análisis nos ayudara a poder evaluar dichos distritos en base a criterios técnicos, es por ello que se realizó una ponderación, el cual se daría un valor al criterio técnico más importante. Es por ello, que el distrito que tenía más ventajas de aceptación del producto sería Corona Queens.

Además cabe resaltar que el distrito de Corona Queens, es un barrio con una población de latinoamericanos y grandes comerciantes. Asimismo se consideró también la coyuntura económica, tecnología y el medioambiente, el cual dicho barrio mencionado fue el más indicado para la entrada del producto seleccionado.

## **CORONA, QUEENS**

Queens, el distrito de mayor tamaño y también el más diverso étnicamente de todos los Estados Unidos. La cabecera de Queens se encuentra en el vecindario de Jamaica. Un censo realizado en el año 2005, arrojó como resultado un total de 47,6% de inmigrantes entre sus residentes, estimándose que para el año 2010 la mayoría de sus habitantes serán personas nacidas en el extranjero.

Es el décimo condado más poblado de los Estados Unidos y el segundo de la Ciudad de Nueva York, con una población que ronda los 2,2 millones de habitantes. Tanto el aeropuerto John F. Kennedy como el Aeropuerto LaGuardia se sitúan en Queens, al igual que el Estadio Shea, los estudios Silvercup, el parque Flushing Meadows-Corona y el Centro Nacional de Tenis de los Estados Unidos, constituyendo además la sede del famoso del equipo de béisbol de los Mets.

Fuente: (TURISMOSNEW YORK, 2014)

## Población Total

**Tabla N° 4: Población de Queens**

<b>Total population</b>	<b>2,230,722</b>	<b>100</b>
Under 5 years	132,464	5.9
5 to 9 years	123,766	5.5
10 to 14 years	123,406	5.5
15 to 19 years	139,096	6.2
20 to 24 years	160,875	7.2
<b>25 to 29 years</b>	<b>184,917</b>	<b>8.3</b>
<b>30 to 34 years</b>	<b>177,213</b>	<b>7.9</b>
<b>35 to 39 years</b>	<b>164,355</b>	<b>7.4</b>
<b>40 to 44 years</b>	<b>161,924</b>	<b>7.3</b>
45 to 49 years	163,851	7.3
50 to 54 years	159,033	7.1
55 to 59 years	137,184	6.1
60 to 64 years	116,492	5.2
65 to 69 years	83,917	3.8
70 to 74 years	66,707	3
75 to 79 years	51,227	2.3
80 to 84 years	42,120	1.9
85 years and over	42,175	1.9

Elaboración Propia

Fuente: (CENSUS, 2010)

Su nombre fue puesto en honor a la reina consorte Catalina de Braganza -esposa de Carlos II- y su origen se remonta al año 1683 cuando formó parte de los originales 12 condados del Estado de Nueva York, Queens es considerado como uno de los condados más periféricos, pero acoge diversos vecindarios urbanos y distritos comerciales. Los vecindarios de la parte oriental se asemejan bastante a los suburbios de la zona occidental del condado de Nassau. Uno de los rascacielos más elevados de la ciudad -el Citicorp- está emplazado en la ribera de Queens, enfrente de Manhattan, siendo además el más alto de Long Island.

Queens es uno de los distritos de Nueva York considerado uno de los más importantes de Estados Unidos. Es reconocido por tener entre sus calles abundantes sitios turísticos al que cualquier visitante podrá llegar.

- Jardín botánico de Queens
- Teatro en el parque de Queens
- Parque Estatal del Pórtico

Fuente: (TURISMOSNEW YORK, 2014)

### **Perfil de Consumidor**

#### **- Demográfico**

El condado de Queens cuenta en la actualidad con una población total de 2, 230,722 personas, distribuidas de la siguiente manera:

- El 30,7% son europeos o descendientes de europeos.
- El 26,5% son latinoamericanos o hispanos.
- El 21,2% son asiáticos.
- El 19,2% son afroamericanos (africanos o descendientes de africanos).
- El resto lo conforman personas de otras razas.

Las diez lenguas principales que se hablan en Queens, según un estudio realizado por el Auditor del Estado de Nueva York, son las siguientes por orden: inglés, español, chino,

coreano, italiano, griego, ruso, tagalo, francés y el criollo francés (lengua hablada por franceses de distintas ciudades).

- **Económico**

La economía de Queens se ve beneficiada por su cercanía a Manhattan y un extenso sistema de transporte. Dos de los tres principales aeropuertos de la región, que funcionan como puertos de entrada y salida de pasajeros internacionales, están ubicados dentro del condado. Entre los condados con mayor densidad poblacional, Queens es el de mayor diversidad del país. Los inmigrantes de otros países conforman alrededor de la mitad de la población y ningún grupo étnico o nacionalidad domina la composición racial del condado. En vez, los vecindarios de Queens forman un mosaico de culturas, reflejando la gran diversidad de inmigrantes que ha llegado aquí desde otras regiones del mundo, aunada a la herencia cultural de sus predecesores.

El condado ofrece una amplia variedad de oportunidades recreativas y culturales, incluso parques, bibliotecas, museos, restaurantes, complejos deportivos y un vibrante panorama de las artes. Gracias a su sólida economía, creciente población, sistema integral de transporte y un sinfín de ventajas, Queens se encuentra bien posicionado para su crecimiento futuro. Varios proyectos de desarrollo económico en los que participan tanto el sector público como el privado se encuentran actualmente en curso o están en la fase de planificación para los próximos años; éstos optimizarán aún más la economía del condado.

Fuente: (OSC, 2014)

**Tabla N° 5: Cuadro de ingresos y beneficios**

<b>Queen, Nueva York</b>				
<b>Subject</b>	<b>Estimate</b>	<b>Margin of Error</b>	<b>Percent</b>	<b>Percent margen of error</b>
<b>COME AND BENEFITS (IN 2015 INFLATION-ADJUSTED DOLLARS)</b>				
Total households	780,644	+/-1,886	780,644	(X)
Less than \$10,000	55,878	+/-1,489	7.20%	+/-0.2
\$10,000 to \$14,999	35,526	+/-1,179	4.60%	+/-0.2
\$15,000 to \$24,999	79,184	+/-1,762	10.10%	+/-0.2
\$25,000 to \$34,999	70,902	+/-1,490	9.10%	+/-0.2
\$35,000 to \$49,999	99,201	+/-2,094	12.70%	+/-0.3
\$50,000 to \$74,999	140,342	+/-2,309	18.00%	+/-0.3
\$75,000 to \$99,999	100,799	+/-2,076	12.90%	+/-0.3
\$100,000 to \$149,999	115,401	+/-1,986	14.80%	+/-0.3
\$150,000 to \$199,999	48,489	+/-1,261	6.20%	+/-0.2
\$200,000 or more	34,922	+/-1,118	4.50%	+/-0.1
Median household income (dollars)	57,720	+/-552	(X)	(X)
Mean household income (dollars)	75,162	+/-474	(X)	(X)
With earnings	633,446	+/-2,581	81.10%	+/-0.2
Mean earnings (dollars)	78,330	+/-519	(X)	(X)
With Social Security	205,456	+/-1,625	26.30%	+/-0.2
Mean Social Security income (dollars)	16,795	+/-127	(X)	(X)
With retirement income	106,992	+/-1,637	13.70%	+/-0.2
Mean retirement income (dollars)	23,545	+/-585	(X)	(X)
With Supplemental Security Income	42,920	+/-1,257	5.50%	+/-0.2
Mean Supplemental Security Income (dollars)	8,827	+/-157	(X)	(X)
With cash public assistance income	25,621	+/-953	3.30%	+/-0.1
Mean cash public assistance income (dollars)	3,964	+/-178	(X)	(X)
With Food Stamp/SNAP benefits in the past 12 months	110,539	+/-2,025	14.20%	+/-0.3

Fuente: (CENSUS, 2010)

- **Edad**

Los futuros consumidores estarían en el rango de edades de los 25-50 años, personas adultas y que se preocupan por su salud.

**Tabla N° 6: Publico Objetivo**

<b>25 to 29 years</b>	184,917	8.3
<b>30 to 34 years</b>	177,213	7.9
<b>35 to 39 years</b>	164,355	7.4
<b>40 to 44 years</b>	161,924	7.3

Elaboración propia

Fuente: (CENSUS, 2010)

- **Clase**

El tipo de clase que estaría dirigido mi producto seria clase media, gente que se encuentra laborando específicamente.

- **Ingresos**

Los ingresos considerados estarían en el rango de \$1000-\$2000 semanales, el cual cubriría para el gasto de consumo del producto elegido (Manjar de Café).

- **Estilo de Vida**

Queens ofrece muchas oportunidades recreativas y atracciones turísticas. Con 7,100 acres, tiene la segunda superficie más grande de parques de todos los condados. El parque Flushing Meadows Corona Park, con aproximadamente 900 acres, es el más grande de Queens y el cuarto más grande de la ciudad de Nueva York, y fue la sede de las Ferias Mundiales de 1939 y 1964. Además de amplios espacios verdes, canchas deportivas y zonas para picnics, el parque alberga museos, estadios, un zoológico, una gran piscina y pista de patinaje. Citi Field, ubicado en el extremo norte de Flushing Meadows Corona Park, reemplazó al Shea Stadium en 2009 como

el nuevo hogar del equipo de béisbol New York Mets, cuya sede está en Queens desde 1964.

Fuente: (OSC, 2014)

### **3.2.2.- Tendencias de consumo**

La tendencia del consumo de los pobladores estaría basada en 3 puntos importantes:

1. Tendencia a la alimentación saludable.
2. Preocupación por los ingredientes
3. Interés por lo nuevo y sabores regionales.

#### **Tendencia de consumo del Café en Estados Unidos**

En los últimos años, la proliferación de cafeterías, el surgimiento de cafeteras personales y el aumento de las máquinas para preparar café en frío atrajeron a más amantes del café, lo que produjo que cuatro de cinco consumidores estadounidenses actualmente ingieren la bebida, según la consultora de estudios de mercado Mintel.

Los consumidores desean probar nuevas experiencias con sus cafés y las cafeterías y los productores están proporcionando innovaciones con productos premium y experiencias con influencias culinarias

Los futuros de café arábigo cotizados en Nueva York repuntaron un 20% en junio, anotando el mayor aumento mensual registrado desde febrero del 2014. La variedad del grano es cultivada principalmente en América Latina y preparada por empresas especializadas como Starbucks. Los precios para la variedad robusta, utilizada en el café instantáneo, subieron un 4,2% el mes pasado en Londres. El consumo mundial aumentará un 1,2% en la temporada que comienza en octubre a un récord de 150,8 millones de sacos, anunció el USDA el 17 de junio. Rabobank International prevé que la escasez mundial se expandirá a 2,2 millones de sacos en la temporada 2016-2017 frente a los 800.000 sacos anteriores. Estos pesan 60 kilogramos o 132 libras. Otros, como la Organización Internacional del Café, con sede en Londres, prevén una demanda aún mayor. La sólida demanda por el grano ayudó a impulsar el repunte del café arábigo de este año. Citigroup estima que los precios podrían llegar a US\$1,50 la libra (454 gramos) para el segundo

semestre del 2017. El contrato de entrega para septiembre se estableció en US\$1,4565 el jueves en ICE Futures U.S. en Nueva York.

Fuente: (CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL, 2011)

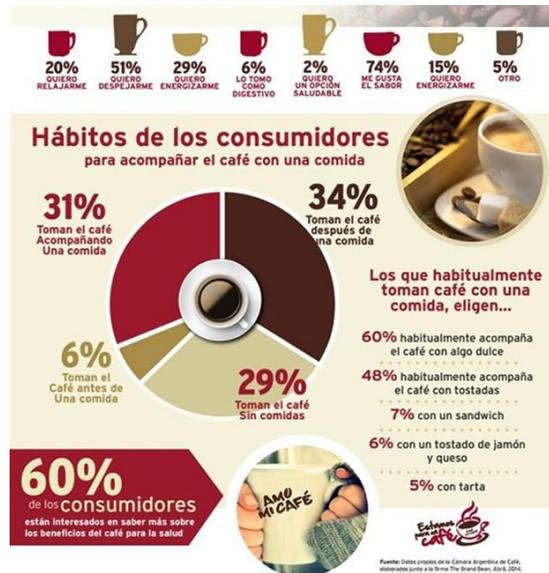


Ilustración N° 29: Hábitos de consumo del café

Fuente: (COPAL, 2017)

En la presente imagen pueden observar el porcentaje aproximado de los hábitos de consumo de la población, el cual resalta que hay un alto porcentaje de personas que diariamente consumen café, el cual es un indicador que nos favorece para el ingreso del nuevo producto al mercado.



Ilustración N° 30: Exportaciones del Café

Fuente: (AGRODATAPERU, 2017)

En la siguiente imagen podemos observar en los últimos 6 años como ha ido creciendo la exportación de café, esto nos informa que hay un gran porcentaje de países que consumen café y que hay una demanda favorable de satisfacer.

### Tendencia de Consumo de la Nutella

La historia de Nutella, es un relato inspirador de amor y pasión al que se añade una meticulosa selección y procesamiento de materias primas de gran calidad para crear un producto único e incomparable. Esta es la razón por la que tantas y tantas familias de todo el mundo empiezan sus días libres con una sonrisa radiante desayunando con nuestra crema. Pietro Ferrero, un pastelero del Piamonte, Italia, creó con gran ingenio una pasta dulce a partir de avellanas, azúcar y una pequeña cantidad de cacao. Le dio forma de barra para que pudiera rebanarse y servirse sobre pan y la llamó Giandujot en honor al famoso personaje carnavalesco local de la época. Ferrero se constituyó oficialmente como empresa el 14 de mayo de 1946.

Fuente: (NUTELLA, 2015)

## Información Nutricional

Nutella posee un auténtico sabor a avellanas y cacao, y su cremosidad única intensifica su sabor. Es tan deliciosa que incluso una pequeña cantidad te deja plenamente satisfecho: 15 g/1 cucharada de Nutella untada sobre una rebanada de pan es suficiente para garantizar un sabor inigualable y una experiencia placentera.

Fuente: (NUTELLA, 2015)

Información nutricional		por cada 100 g	Por porción de 15 g	% CDR* (por porción)
Valor energético	kcal kj	546 2278	81 339	4 %
Grasas (de las cuales saturadas)	g g	31,6 11	4,7 1,7	7 % 9 %
Hidratos de carbono (de los cuales azúcares)	g g	57,6 56,8	8,6 8,5	3 % 9 %
Proteínas	g	6	0,9	2 %
Sal	g	0,11	0,02	0 %

Ilustración N° 31: Información Nutricional

Fuente: (NUTELLA, 2015)

### 3.3.- Análisis de la Oferta y la Demanda

La ley de la oferta y la demanda refleja la relación entre la demanda que existe de un bien en el mercado y la cantidad del mismo que es ofrecido en base al precio que se establezca.

La teoría dice lo siguiente: Hablando dentro de un mercado de competencia perfecta, el precio de un bien se situará en un punto de equilibrio donde la demanda sea igual a la oferta.

Ese punto de equilibrio es el precio al que los consumidores están dispuestos a comprar el bien.

Fuente: (ECONOMIPEDIA, 2016)

### 3.3.1.- Análisis de la Oferta

El objetivo de EXPOTEMPLE S.A.C es de maximizar sus ganancias, de esta premisa se desprende una serie de conclusiones expuestas a continuación:

#### **Determinantes de la Oferta:**

1. **El precio del Producto (Manjar de Café):** En este punto se estimará que el precio del producto estaría alrededor de \$11.77 c/u, teniendo en cuenta que si aumenta la cantidad ofertada, el precio del producto estaría incrementándose en base al requerimiento del minorista.
2. **Precio de los recursos e insumos empleados en la producción del bien:** Al aumentar el precio de los insumos de un bien, su oferta va a disminuir y viceversa. Al hablar del precio de los recursos e insumos se refiere al precio del trabajo (salarios), precio de materias primas, precio de energía, tasas de interés, etc.
3. **La tecnología de producción:** Al mejorar la tecnología en la producción, la oferta de un bien aumentará.
4. **Precios futuros esperados:** Si se espera que a corto plazo el precio del bien producido aumente, la oferta aumentará, y viceversa.
5. **Número de oferentes:** Al haber un mayor número de oferentes la oferta de un bien aumentará y viceversa.

Fuente: (AULA DE LA ECONOMIA, 2002)

## Exportaciones Mundiales de la Línea de Manjares

En el siguiente cuadro se puede apreciar cuales son 10 principales países exportadores para la partida 190190, se mencionan los últimos 5 años de exportación, en donde podemos apreciar que Estados Unidos es considerado parte del Top de los 10 principales países Exportadores de manjar.

SA8	Exportadores	valor exportada en 2012	valor exportada en 2013	valor exportada en 2014	valor exportada en 2015	valor exportada en 2016
	Mundo	6.719.296	7.674.699	8.247.962	7.242.255	6.973.515
	<a href="#">Singapur</a> <i>i</i>	794.300	796.874	1.025.315	1.009.962	955.902
	<a href="#">Irlanda</a> <i>i</i>	615.035	860.360	993.938	697.025	734.554
	<a href="#">Alemania</a> <i>i</i>	605.206	656.914	669.124	635.171	648.810
	<a href="#">Dinamarca</a> <i>i</i>	197.616	193.859	382.502	485.089	490.010
	<a href="#">Países Bajos</a> <i>i</i>	491.928	526.693	543.526	460.462	413.954
	<a href="#">Malasia</a> <i>i</i>	487.279	538.821	545.454	401.943	393.992
	<a href="#">Bélgica</a> <i>i</i>	380.396	432.623	394.040	273.873	359.585
	<a href="#">Francia</a> <i>i</i>	464.864	494.992	520.068	366.057	336.010
	<a href="#">Estados Unidos de América</a> <i>i</i>	368.480	345.843	313.472	320.046	319.925

Ilustración N° 32: Lista de exportadores para la partida 190190

Fuente: (TRADEMAP, 2015)

En la siguiente figura N°33 podemos apreciar el crecimiento de la oferta y la demanda internacional para los productos exportados a Estados Unidos actualizados al 2015. Asimismo, se precia en la imagen que la partica 190190 tiene el 2do lugar de exportación en el año, la cual nos indica que tiene una cantidad de oferta en el país mencionado, dándonos a conocer que los habitantes de Estados Unidos, tienen la necesidad de consumir



manjar y sus derivados.

Ilustración N° 33: Lista de productos al nivel de 6 dígitos exportado por Estados Unidos de América en 2015

Fuente: (TRADEMAP, 2015)

**Tabla N° 7: Lista de Productos Exportados Estados Unidos - 2016**

Código	Descripción del producto	Valor exportada en 2016-M08	Valor exportada en 2016-M09	Valor exportada en 2016-M10	Valor exportada en 2016-M11	Valor exportada en 2016-M12
'190120	Mezclas y pastas de harina, grañones, sémola, almidón, fécula o extracto de malta, sin cacao ...	38976	38316	45891	41978	39953
'190190	Extracto de malta; preparaciones alimenticias de harina, grañones, sémola, almidón, fécula ...	23101	26949	30190	24226	25030
'190110	Preparaciones alimenticias de harina, grañones, sémola, almidón, fécula o extracto de malta, ...	19018	27287	22194	20481	20570

Fuente: (TRADEMAP, 2016)

**Tabla N° 8: Empresas Exportadoras Peruanas**

Empresa	%Var 16-15	%Part. 16
LAIVE S A	0%	90%
T & C REPRESENTACIONES S R LTDA	-23%	8%
GLORIA S A	271%	1%
NOE IMPORT EIRL	-38%	0%
SAN ROQUE S.A.	778%	0%
GRAHPA S.R.L.	21%	0%
INDUSTRIA PANIFICADORA SAN JOSE S.A.	-71%	0%
UCHU WASI S.A.C.	676%	0%
CELIS CHUMBILE LEOPOLDO ELIAS	363%	0%
Otras Empresas (3)	--	0%

Fuente: (SIICEX, 2016)

En la presente tabla se visualizan todas las empresas peruanas que exportan el dulce de leche.

## Exportación Mundial de la Nutella

En el siguiente cuadro se puede apreciar cuales son 10 principales países exportadores para la partida 180610, se puede visualizar los últimos 5 años, asimismo se aprecia que Estados Unidos es considerado parte del Top de los 10 principales países Exportadores de Nutella.

SAB	Exportadores	valor exportada en 2012	valor exportada en 2013	valor exportada en 2014	valor exportada en 2015	valor exportada en 2016 ▼
	Mundo	495.282	494.399	445.251	381.521	419.080
	<a href="#">Alemania</a> <i>i</i>	72.120	80.791	70.047	56.771	53.922
	<a href="#">México</a> <i>i</i>	90.898	69.871	46.256	44.685	52.996
	<a href="#">Corea, República de</a> <i>i</i>	29.607	26.417	28.616	32.575	31.726
	<a href="#">Emiratos Árabes Unidos</a> <i>i</i>	544	304	516	449	31.399
	<a href="#">Reino Unido</a> <i>i</i>	19.476	21.274	18.945	19.668	26.758
	<a href="#">Estados Unidos de América</a> <i>i</i>	31.450	29.143	26.663	28.637	25.106

Ilustración N° 34: Lista de los países exportadores para el producto seleccionado en 2015

Fuente: (TRADEMAP, 2015)

En el siguiente cuadro se puede apreciar la concentración de los países exportadores y distancia media con sus países de destino, el cual se ha clasificado por partida arancelaria, dando como resultado que la partida 180610 tiene una 4ta participación de exportación hacia el mercado de Estados Unidos.

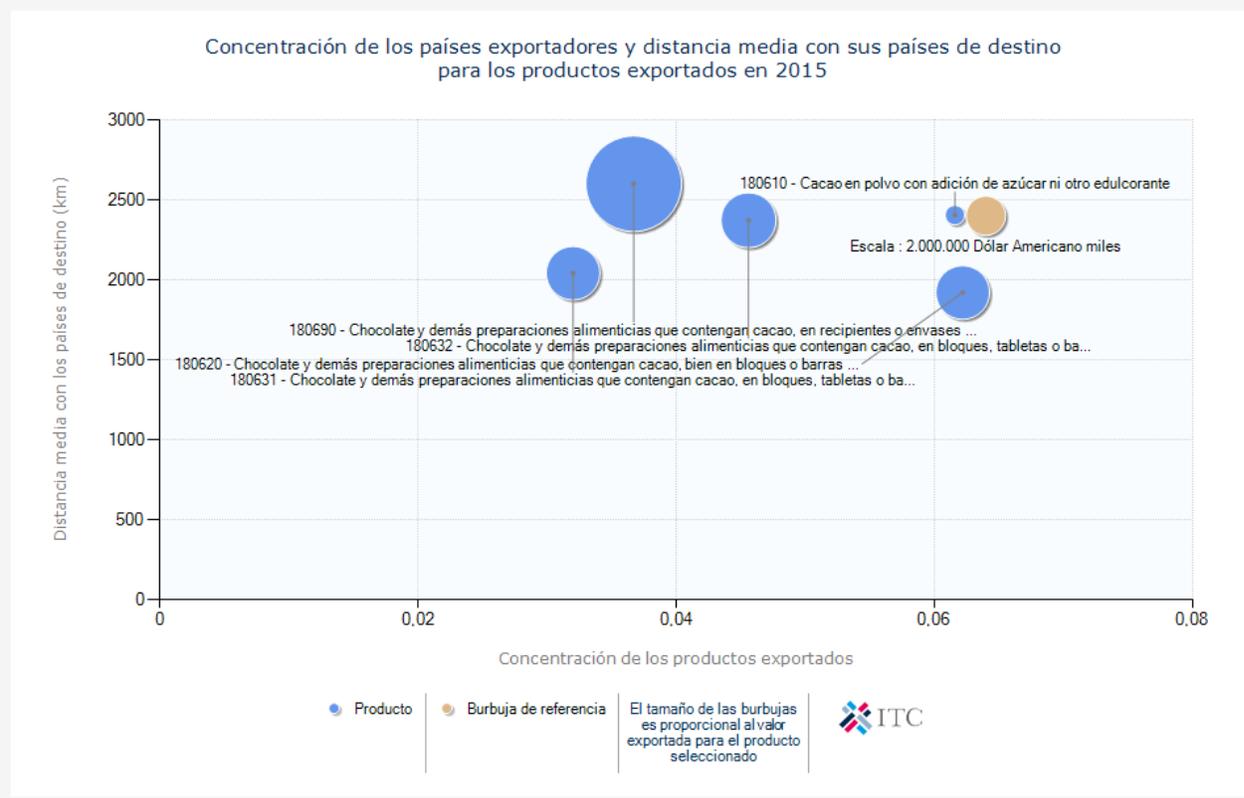


Ilustración N° 35: Concentración de los países exportadores y distancia media con sus países de destino

Fuente: (TRADEMAP, 2015)

**Tabla N° 9: Empresas Exportadoras Peruanas**

Empresa	%Var 16-15	%Part. 16
<u>VILLA ANDINA SOCIEDAD ANONIMA CER...</u>	89%	42%
<u>ECOANDINO S.A.C.</u>	-21%	21%
<u>EXPORTADORA CAMINOS ALTOS DEL PER...</u>	30%	5%
<u>INDUSTRIAS ALIMENTICIAS CUSCO S.A.</u>	618%	5%
<u>MACHU PICCHU FOODS S.A.C.</u>	-26%	4%
<u>EXPORT IMPORT GEMA PERU SOCIEDAD ...</u>	--	3%
<u>EXPORT Y IMPORT E INVERSIONES WIL...</u>	241%	3%
<u>ANDINA FOODS EXPORT EMPRESA INDIV...</u>	9842%	3%
<u>NUTRY BODY SOCIEDAD ANONIMA CERRADA</u>	-59%	3%
Otras Empresas (14)	--	12%

Fuente: (SIICEX, 2016)

En la presente tabla se puede observar que empresas peruanas son las que más exportan Nutella.

### **3.3.2.- Análisis de la demanda**

La demanda estará enfocada solo a la población de la ciudad de Queens que, el cual ya se realizó el estudio de mercado sobre sus preferencias y gustos de los pobladores latinoamericanos los cuales serían nuestros consumidores finales.

Determinantes de la Demanda:

1. **Precio del bien:** Al aumentar el precio de un bien disminuye la cantidad demandada.
2. **Ingreso de los consumidores:** En los bienes normales, al aumentar el ingreso de los consumidores la demanda por un bien va a aumentar y viceversa. Por el contrario en los bienes inferiores, al aumentar el ingreso del consumidor, la demanda del bien va a disminuir.
3. **Gustos y preferencias:** al aumentar las preferencias por un bien (ya sea por moda, temporada, etc.) la demanda del mismo va a aumentar.
4. **Población:** Al aumentar la población es de esperar que la demanda por un bien aumente ya que existe mayor número de consumidores con la misma necesidad.
5. **Precios futuros esperados:** Si se espera que el precio de un bien aumente a un cierto plazo, la demanda inmediata de este bien va a aumentar. Por otra parte, si se espera que el precio disminuya en el futuro la demanda va a disminuir ahora, pues la gente pospondrá su decisión de compra hasta que el precio baje

Fuente: (AULA DE LA ECONOMIA, 2002)

## Importaciones Mundiales de Dulce de Leche

en la siguiente imagen apreciaremos la importaciones de la partida arancelaria 190190, el cual nos da información que Estados Unidos estaría entre los 10 principales país importadores del manjar blanco, esto quiere decir que aun la producción de Manjar no abastece a su demanda.

<b>País de Origen</b>	<b>Valor FOB(dólares)</b>	<b>Valor CIF(dólares)</b>
CL - CHILE	1,788,640.58	1,836,095.30
US - UNITED STATES	41,129.28	44,734.24
CN - CHINA	33,110.00	33,693.99
AR - ARGENTINA	23,532.33	26,443.64
ES - SPAIN	334.17	372.76
UY - URUGUAY	27.00	262.84
MT - MALTA	24.00	26.71
CA - CANADA	8.00	11.53
<b>LOS DEMAS - LOS DEMAS</b>	0.00	0.00
<b>TOTAL - TOTAL</b>	<b>1,886,805.36</b>	<b>1,941,641.01</b>

Ilustración N° 36: Importaciones por Sub partida Nacional-2016

Fuente: (SUNAT, 2016)

En el siguiente cuadro se puede apreciar la concentración de los países importadores y distancia media con sus países proveedores, el cual se ha clasificado por partida arancelaria, dando como resultado que la partida 190190 tiene una baja participación de importación.

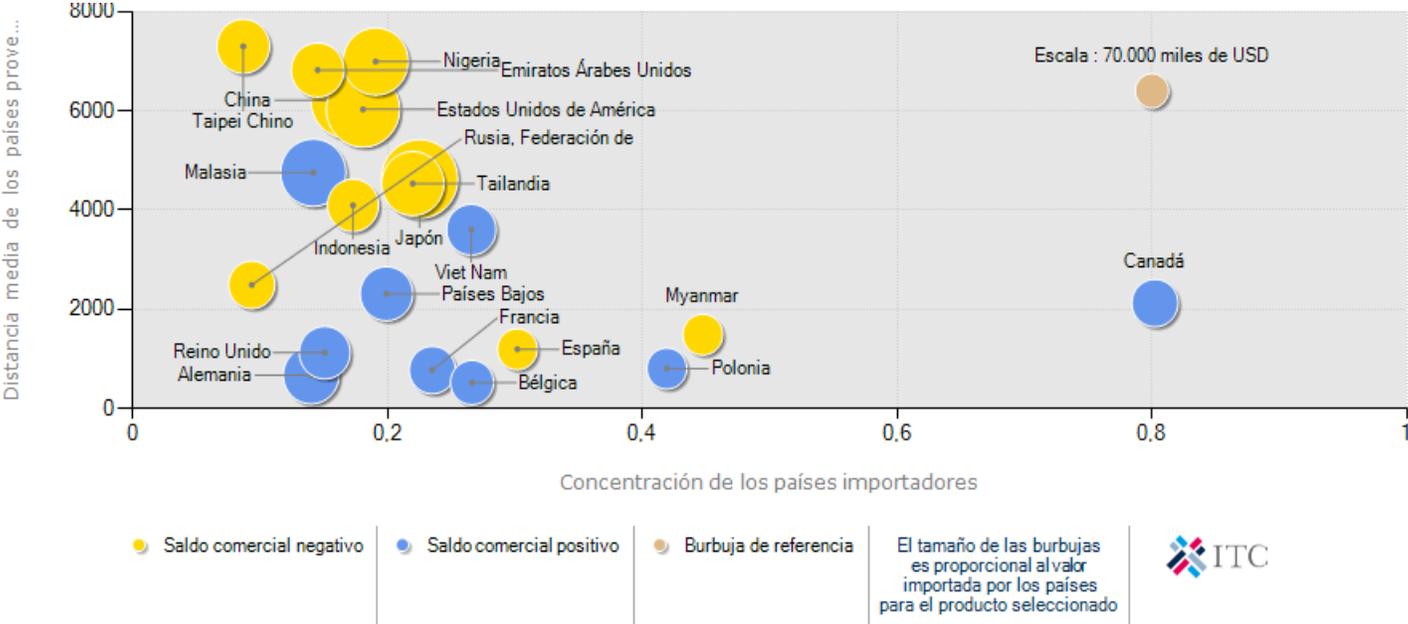


Ilustración N° 37: Lista de importaciones por partida

Fuente: (TRADEMAP, 2015)

## Importación Mundial de la Nutella

En el siguiente cuadro se puede apreciar cuales son 10 principales países importadores para la partida 180610, se visualiza los últimos 5 años en donde Estados Unidos es considerado parte del Top de los 10 principales países Importadoras.

SAB	Importadores	valor importada en 2012	valor importada en 2013	valor importada en 2014	valor importada en 2015	valor importada en 2016*
	Mundo	503.105	467.944	475.813	433.896	418.149
	<a href="#">Estados Unidos de América</a> <i>i</i>	85.841	68.369	44.787	42.671	47.703
	<a href="#">Arabia Saudita</a> <i>i</i>	5.975	8.915	11.381	19.529	32.545
	<a href="#">Kuwait</a> <i>i</i>	3.903	2.618	34.634	42.720	30.862
	<a href="#">Francia</a> <i>i</i>	79.284	52.709	45.398	35.082	28.319
	<a href="#">Reino Unido</a> <i>i</i>	23.009	23.290	30.065	27.918	25.954
	<a href="#">España</a> <i>i</i>	22.640	19.333	27.872	20.208	21.859
	<a href="#">Japón</a> <i>i</i>	29.525	21.418	17.341	18.811	19.037
	<a href="#">Alemania</a> <i>i</i>	6.552	16.325	19.960	13.133	12.605
	<a href="#">Canadá</a> <i>i</i>	15.442	11.308	6.558	5.865	9.405
	<a href="#">Emiratos Árabes Unidos</a> <i>i</i>	2.941	1.859	2.202	2.054	8.978

Ilustración N° 38: Lista de Países importados

Fuente: (TRADEMAP, 2015)

### 3.4.- Estrategia de Ventas y Distribución

#### 3.4.1.- Estrategia de Segmentación

Para efecto de nuestro Plan de Negocios la empresa EXPOTEMPLE S.A.C, desarrollara una segmentación concéntrica, ya que nuestro mercado objetivo tendrá un solo segmento. Por otro lado cabe resaltar que las estrategias de segmentación estarán enfocadas a las necesidades de nuestro cliente final. Se mencionaran las siguientes:

- Expotemple S.A.C, presentara al mercado objetivo un producto afinado a las preferencias, gustos y características del cliente final.
- Tener un segmento específico nos enfrenta a menos competidores, por ende generaría la ventaja de la fidelización con cliente final.
- Ahorro de costos al tener una segmentación específica, ya que Expotemple S.A.C haría una inversión para solo el público objetivo seleccionado.
- Genera nuevas oportunidades de crecimiento a la empresa y obtiene una ventaja competitiva considerable.

### **3.4.2.- Estrategia de Posicionamiento**

El posicionamiento del producto será la forma en que los consumidores definirán el producto con base en sus atributos importantes, es decir, el lugar que ocupa en la mente de los consumidores, en relación con los productos de la competencia. La creación de la página web ([WWW.EXPOTEMPLE.COM.PE](http://WWW.EXPOTEMPLE.COM.PE)) en donde detallará la información correspondiente a la organización, los beneficios y recomendación de las propiedades del producto. Así mismo, se realizarán encuestas virtuales a fin de conocer las diferentes necesidades de los consumidores y/o empresas.

Por otro lado, daremos a conocer al Manjar de Café no como producto en sí, sino lo que se tratará es de brindar el mensaje a los futuros compradores cuál es su valor real como productos y que diferenciara a los competidores, para que este pueda fidelizarse con el cliente.

Finalmente, se realizará una estrategia de marketing en cooperación con el cliente (importador) para impulsar el producto enviando una serie de merchandising para educar al cliente en relación a los beneficios del producto.

Fuente: (MARKETING Y CONSUMO, 2012)

### **Marketing Mix: Producto, Precio, Plaza y Promoción**

#### **Producto**

El producto que en esta oportunidad ofreceremos al mercado elegido es el Manjar de Café (envase de 200g). La decisión que se tomó para elegir el producto fue en base al estudio de mercado realizado y evaluando las preferencias del consumidor. El diseño del nombre “Manjar de Café”, consiste en una etiqueta sencilla el cual será identificado como Manjar de Café, presentado en un envase de vidrio para su protección y conservación.

#### **Precio**

La decisión de fijación del precio del Manjar de Café estarán enfocados a los precios basados al costing más la utilidad, el cual será un precio competitivo al mercado.

<b>DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTA</b>	
COSTO DE PRODUCCIÓN	4.85
COSTO DE EXPORTACIÓN	3.26
COSTO FIJO	2.80
COSTO MARKETING	1.20
<b>COSTO TOTAL (\$)</b>	<b>12.11</b>
Margen de Utilidad	30%
<b>Precio de Venta Unitario (\$)</b>	<b>15.74</b>

Ilustración N° 39: Determinación de precio de venta

Elaboración Propia

### 3.4.3.- Estrategia de Distribución

Nuestra estrategia de distribución será manejada mediante un distribuidor especializado que gestionara la entrega con el cliente que sería el Supermarket “Mi Tierra” en el distrito de Queens.

Al utilizar una estrategia de representación brindaríamos una mayor seguridad a nuestros clientes y se ahorraría esfuerzos en el manejo de negociación directa con los clientes. Por Otro lado, se entablará una comunicación eficiente y rápida para la captación de pedidos nuevos y/o la captación de clientes nuevos (Supermarkets).

#### **Puntos de venta:**

Supermarkets más conocidos en el distrito de Queen son los siguientes:

- ✓ Mi Tierra Supermarket
- ✓ Ferreira Foodtown
- ✓ Downtown Natural Market
- ✓ Food Bazar Supermarket

Cabe resaltar que como microempresarios solo escogeríamos un primer Supermarket ya que por tema de abastecimiento de la producción, estaríamos de acorde con el supermercado seleccionado. Asimismo tenemos la ventaja que en este supermercado hay

más gente hispana que va hacer compras de tus productos alimenticios, ya que en dicha tienda encontraras diferentes productos nativos de diferentes lugares.

Por tal motivo la tienda seleccionada seria:

- ✓ Mi Tierra Supermarket

### **3.5.- Estrategia de Promoción**

Como estrategia de promoción la empresa Expotemple S.A.C., desarrollara ciertos aspectos que son de importación para poder brindar seguridad, confianza, servicio de calidad hacia al cliente final, con el fin de poder captar el mayor interés y así generar que el consumidor final se sienta identificado con el producto, satisfaciendo todas sus expectativas como cliente.

**Página Web:** Expotemple S.A.C, creara una página web [www.expotemple.com.pe](http://www.expotemple.com.pe), con el fin de dar a conocer el producto (Manjar de Café) y toda la información necesaria que debe conocer el futuro cliente potencial, desde sus orígenes como una manera de atracción, seguridad y fidelización.

**Publicidad:** Difundiremos nuestro empresa exportadora mediante revistas, videos en youtube, un catálogo sobre la información general del producto a exportar, asimismo trataremos de hacer llegar el mensaje que tendrá el Manjar de Café con el fin de poder atraer a futuros clientes potenciales.

**Promoción de Ventas:** Expotemple participara en ferias realizadas por PROMPERU, ADEX, Cámara de Comercio Internacional, entre otros, el cual nos brindara la oportunidad de poder llegar a las empresas interesadas en el producto. A continuación detallaremos las posibles ferias a participar para presentación del Manjar de Café.

- ✓ Summer Fancy Food Show
- ✓ Expo Comida Latina
- ✓ Expolimentaria Peru
- ✓ International Restaurant & Food Service Show Of New York - 2017

Fuente: (FERIAS ALIMENTARIAS, 2017)

### **Propuesta de Valor E-Commerce**

Expotemple S.A.C, facilitará a sus clientes también una página web por el cual podrán hacer sus pedidos, generando promociones, descuentos para una mejor atracción del producto. Se le dará promociones corporativas a las empresas que estarían interesados en el Manjar de Café, teniendo la finalidad de comercializarlo en sus puntos de ventas, ya que sería una gran oportunidad para el desarrollo de la empresa. Tenemos que dejar en claro que los beneficios de empresas corporativas y usuario finales tendrán diferentes beneficios si desean hacer la compra por internet del Manjar de Café.

Finalmente, en la plataforma del E-commerce existirán los medios de pago más utilizados en el mercado objetivo, en el cual se considerara Verified By Visa entre otros.

Fuente: (ESAN, 2016)

### **3.6.- Tamaño de Planta. Factores condicionantes**

La selección del lugar tendría un espacio de 100 m<sup>2</sup>, el cual solo 50 m<sup>2</sup> sería el área de producción y lo restante la parte administrativa, generando un costo de alquiler alrededor de S/.1500.

Por otro lado cabe mencionar que la razón de elección del lugar, estaría enfocada en las facilidades de acceso para el negocio, ya que estaría al alcance de los proveedores, agentes portuarios que puedan facilitar la exportación de mi producto. Es por ello que la mejor opción de la ubicación sería en la dirección siguiente:

Departamento: Lima

Provincia: Callao

Distrito: Callao

**Av. Néstor Gambeta N°9053**

Asimismo, los factores condicionantes para la elección del lugar de la planta se basaron en los siguientes:

- Costo del lote de alquiler.
- Costo de mantenimiento.
- Impacto ambiental.
- Clima social.
- Servicios comunitarios (hospitales, policías, empresas industriales, etc.)
- Transporte.
- Facilidades de permisos de funcionamiento.
- Licencias, entre otros.

Fuente: (INGENIERIA INDUSTRIAL, 2016)

### **Equipos**

- ✓ Estufa de gas o eléctrica
- ✓ Refractometro, con escala 0-70° brix
- ✓ Medidor de acidez
- ✓ Balanza
- ✓ Utensilios: cuchillo, tabllas, ollas, cucharas, etc.

Fuente: (INTI, 2010)

## 4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

### 4.1.- Envase, Empaques y Embalaje

#### ✓ Envase

La presentación del envase del producto será a base de vidrio con tapa sellada, para la protección y conservación del producto. Asimismo, el contenido será de 200gr.



Ilustración N° 40: Envase de vidrio 200gr

Fuente: (VIMELPLAST GROUP, 2016)

Asimismo, cabe mencionar que nuestros proveedores seleccionados serán 3 para abastecimiento de los envases, serían los siguientes:

- El buen artesano
- Envases del Peru Wildor
- Soluciones de Empaque

**Tabla N° 10: Proveedores de Frascos**

<b>CUADRO COMPARATIVO DE PROVEEDORES</b>			
	<b>El Buen Artesano</b>	<b>Envases del Perú Wildor</b>	<b>Soluciones de Empaque</b>
<b>Precio (200Gr) Unid S/.</b>	2.20	2.50	1.00

Elaboración Propia

Fuente: (SOLEMSAC, 2016)

Después de la evaluación respectiva de los precios la empresa EXPOTEMPLE S.A.C llego a la conclusión que el proveedor seleccionado seria soluciones de empaque, ya que los precios a diferencia de los otros proveedores, es el más cómodo, es por ello que se escogió trabajar con este proveedor.

#### ✓ **Empaque**

El empaque de los alimentos debe contener y proteger los productos durante su almacenamiento, comercialización y distribución. El producto debe ser exhibido en buena condiciones con el fin que motive y de confianza al comprador.

Un requisito exigido por el mercado es el Codificador Universal de Productos (UPC o código de barras).

Fuente: (COMEX PERU, 2005)

Es por ello que la empresa ha optado por escoger los empaques que sean de cartón sin diseño con separadores para la protección del envase y evitar daño.



Ilustración N° 41: Cajas de frascos

Fuente: (ULINE, 2016)

**Tabla N° 11: Proveedores de Empaque**

CUADRO COMPARATIVO DE PROVEEDORES			
	Cajas de Cartón	Sodimac	Corporaciones de Empaque
<b>Precio (12 frascos) Unid S/.</b>	5.00	3.50	4.20

Elaboración Propia

Fuente: (CAJASDECARTON, 2017)

Después de la evaluación respectiva de los precios la empresa EXPOTEMPLE S.A.C llego a la conclusión que el proveedor seleccionado seria SODIMAC, ya que los precios a diferencia de los otros proveedores, es el más cómodo, es por ello que se escogió trabajar con este proveedor.

**Tabla N° 12: Medidas del Empaque (caja de cartón)**

DESCRIPCION	DIMENSIONES INTERNAS LARGO X ANCHO X ALTO	CELDA UTILIZABLE LARGO X ANCHO X ALTO
<b>12 Frascos</b>	32 cm x 24 cm x 10 cm	8 cm x 8 cm x 10 cm

Fuente: Elaboración Propia

✓ **Embalaje**

La empresa ha decidido que para su primera exportación de Manjar de Café, se usara el contenedor de 20 pies.



Ilustración N° 42: Contenedor de 20 pies

Fuente: (GRUPO TRANSMERIDIAN, 2017)

**Tabla N° 13: Medidas de contenedor**

Dimensiones Externas:		
Largo	Ancho	Alto
<b>590 cm</b>	235cm	239cm

Fuente: (GRUPO TRANSMERIDIAN, 2017)

## **4.2.- Diseño del Rotulo y Marcado**

### **4.2.1.- Diseño del Rotulado**

En el rotulado del Manjar de Café tendrá las siguientes características:

- Nombre técnico y comercial, sus ingredientes o componentes
- Nombre del producto, su ubicación legal y responsable

### **Etiquetado Nutricional**

Para el etiquetado nutricional, los fabricantes deben proporcionar la información que se presenta a continuación. Los diferentes componentes están listados en el orden en que deben aparecer en la etiqueta:

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

Fuente: (SIICEX, 2010)

<b>NUTRITION FACTS</b>		
Serving Size of Manjar de Café (200gr)		
Amount per Serving		
Calories 400		Calories from Fat 40
		%Daily Value
Total Fat 6.66 gr		10%
Saturated Fat 0g		0%
Trans Fat 0g		0%
Cholesterol 0mg		0%
Sodio 0 mg		0%
Total Carbohydrate 13.33g		3%
Sugars 120g		
Protein 6.66g		
Preservative (Potassium Sorbate)		0.2%
Vitamin A 0%		Calcium 0%
Vitamin C 0%		Iron 0%
* Percent Daily Values are based on a 2000 calories diet		

Ilustración N° 43: Etiquetado Nutricional

Elaboración Propia

Fuente: (FDA, 2015)

#### 4.2.2.- Diseño del Mercado

- Es la forma estándar de identificar cada pieza de la carga.
- Las mercancías deben estar debidamente marcadas a fin de identificarlas sin equívoco, para que quienes las manejen durante su traslado, no tengan dudas en cuanto al lugar de destino y el modo como manipularlas.
- Las marcas deben estar en el idioma del país de destino.
- Deben ser: legibles, indelebles, localizables, suficientes y conformes.
- El marcado reviste cada vez mayor importancia en la lucha contra el fraude y las violaciones.

Fuente: (ADEX, 2016)



Ilustración N° 44: Marcado de caja

Fuente: (ADEX, 2016)



Ilustración N° 45: Diseño de Marcado (Manjar de Café)

Elaboración Propia

### 4.3.- Unitarización y cubicaje de la carga

La empresa EXPOTEMPLE, unitarizara su carga de tal manera que pueda optimizar sus costos, obteniendo una carga consolidada, sin perdidas de espacio y ningún inconveniente al momento del traslado. Por otro lado nos aseguraremos que este correctamente paletizada para que no sufra ningún daño; cabe resaltar que este sistema facilitara el transporte.

Por esta razón la empresa utilizará el contenedor de 20 pies para su primera exportación.

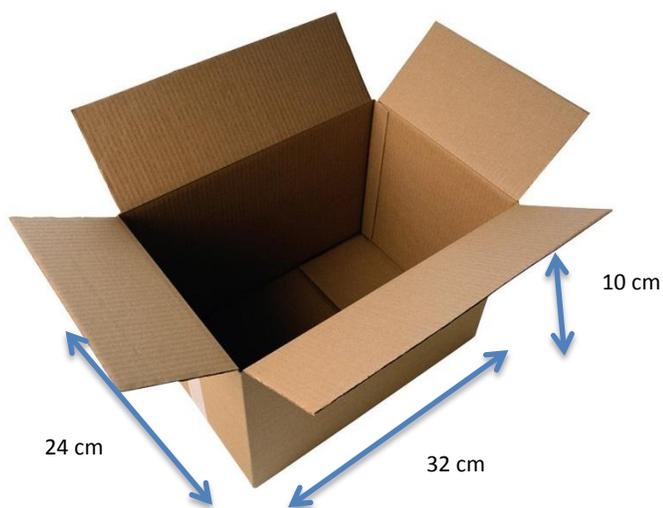


Ilustración N° 46: Medidas de la caja

Fuente: Elaboración Propia

- Serán 12 frascos en cada caja de 200gr c/u.

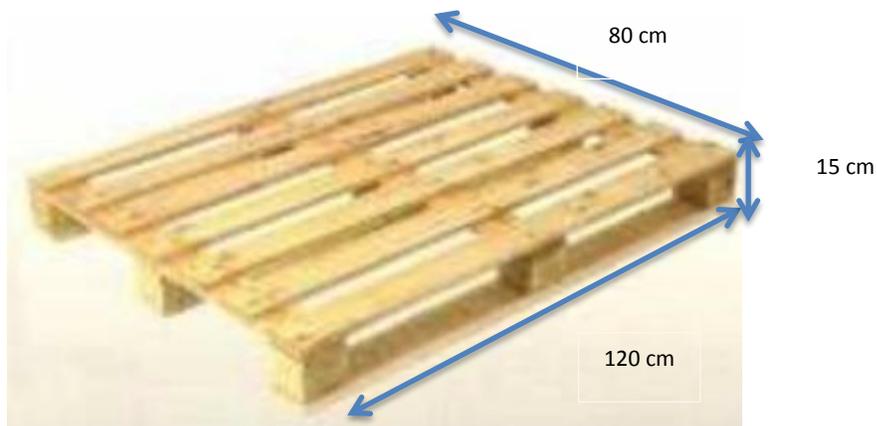


Ilustración N° 47: Medidas de Palet

Fuente: Elaboración Propia

Cuando se utiliza embalajes de madera, estas deberán contar con un sello que certifique que ha recibido tratamiento térmico o de fumigación contra plagas mediante Bromuro de Metilo. Este sello es otorgado por SENASA en base al cumplimiento de las Normas Internacional para Medidas Fitosanitarias – NIMF 15.

**Tabla N° 14: Medidas de Palet y Caja**

	MEDIDAS DE PALET	MEDIDAS DE CAJA
LARGO	120	32
ANCHO	80	24
ALTO	15	10

Elaboración Propia

Fuente: (GRUPO TRANSMERIDIAN, 2017)

- **N° de cajas por piso: 14 cajas**

$$120/24 = 5$$

$$80/32 = 2.5$$

$$12.5 \text{ cajas} = 12 \text{ cajas}$$

- **Apilamiento**

$$(Alc - Alp) / Alcj$$

$$(239 - 15) / 10 = 22.4$$

**22**

- **N° de cajas por palet**

$$12 \times 22 = 264 \text{ cajas}$$

- **N° de Palets**

$$L_{cont} / L_{palet} = 590/120 = 4$$

$$A_{cont} / A_{palet} = 235/80 = 2$$

$$\text{Total: } 8 \text{ palets}$$

Elaboración Propia

Fuente: (ADEX, 2016)

- **Cantidad de cajas Totales por palet**

$$1 \text{ caja} \text{ ----- } 6\text{kg}$$

$$264 \text{ cajas} \text{ ----- } x$$

$$\text{Total} = 1584 \text{ kg}$$

$$264 \text{ cajas} \text{ ----- } 1584\text{kg}$$

$$X \text{ ----- } 2300\text{kg}$$

$$\text{Total} = 383 \text{ cajas}$$

#### **4.4.- Cadenas de DFI de Exportación**

El proceso de actividades que se requieren para la exportación que realizara la empresa EXPOTEMPLE S.A.C, desde el punto de origen hasta el punto de destino serán las siguientes:

- Preparación (embalaje y marcado).
- Unitarizacion.
- Manipuleo.
- Almacenamiento.
- Transporte.
- Seguro de la carga.
- Documentación de exportación.
- Gestión y operación aduanero.
- Gestión y operación bancaria.
- Gestión de distribución.

La grafica siguiente expresa de manera correcta el proceso del INCOTERMS 2010 FCA, el cual usaremos para la exportación de Manjar de Café hacia Estados Unidos, Nueva York por la vía marítima

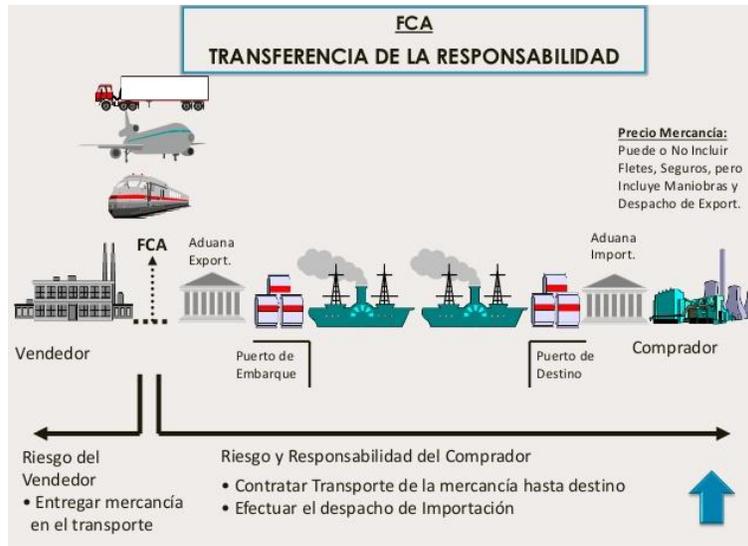


Ilustración N° 48: Proceso del FCA

Fuente: (INCOTERMS 2010, 2014)

Asimismo cabe mencionar que el operador logístico que vamos a considerar para el proceso de exportación sería EXPEDITOR, este agente nos ayudara y asesorara en todo el proceso que se va requerir para poder para la exportación. Asimismo, Expeditor es una empresa de mucha experiencia en el comercio exterior.

### Cadenas Logísticas

Con respecto a la cadena logística la empresa ha decidido y evaluado que la mejor elección sería que se tenga un solo representante encargado en distribuir el producto al lugar objetivo, siendo la mejor opción para el este plan de negocios el “Canal Indirecto Corto”.

Asimismo nuestro distribuidor que será el intermediario para poder llegar a nuestro cliente final, será Allende & Rojas food Service LLC, esta empresa se estableció en el 2012, es un proveedor mayorista de alimentos que opera en todo el estado de Nueva York, el motivo de la elección de dicho proveedor es estratégico ya que el lugar que opera está cerca al punto de venta seleccionado, el tema de costos no es muy alto, sería el indicado para nuestro negocio.

## Determinación de Operadores Logísticos a intervenir

El operador logístico seleccionado para que lleve a cabo el flujo operativo de la distribución física internacional estará a cargo de la empresa Expeditors, los cuales se encargaran de llevar a cabo todo el proceso apoyados de la empresa de transporte Evolution Logistics Global S.A.C.

## Gestión aduanera de la cadena

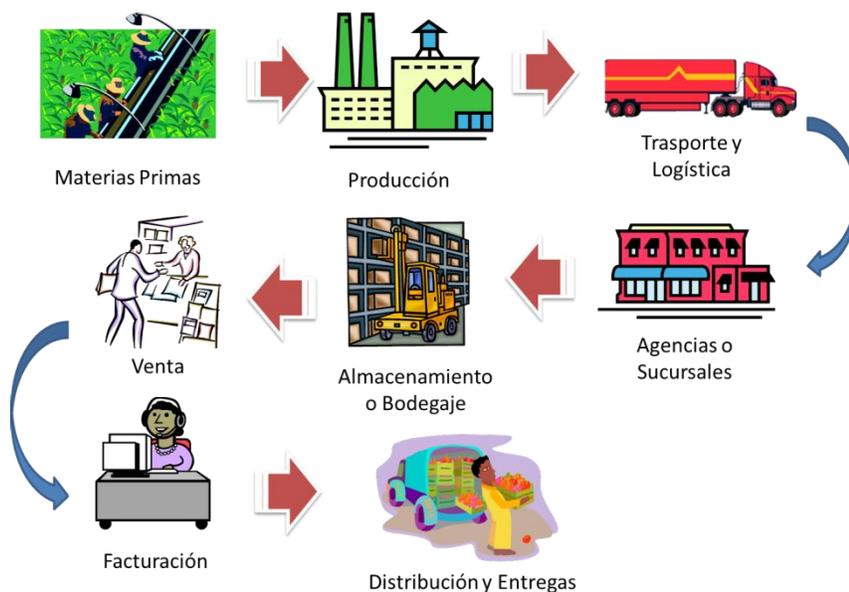


Ilustración N° 49: Flujo de Proceso Logístico

Fuente: (BLOG FLUJO LOGISTICO, 2015)

Por otro lado, la empresa que se encargara de transportar la mercadería desde nuestro almacén hasta el puerto del callao será la empresa Evolution Logistics Global S.A.C.

## 4.5.- Seguro de las mercancías

El seguro es uno de los servicios esenciales del comercio internacional.

Vincula tres elementos:

- El asegurado (importador o exportador)

- El asegurador (compañía de seguros)
- El objeto asegurado (la carga).

Fuente: (ADEX, 2016)

### **Seguro de Transporte**

Es un contrato mediante el cual, una persona jurídica denominada asegurador, se compromete a indemnizar a otra llamada asegurado, por las pérdidas, daños o gastos que tenga éste, en caso su carga sufra algún accidente, causado por un riesgo asegurado, durante el traslado al lugar de destino, recibiendo a cambio el pago de una remuneración a la que se conoce como PRIMA.

Fuente: (ADEX, 2016)

Por la información mencionada líneas arriba, y el INCOTERM a usar, el seguro de la carga no estaría incluido, por ende el cliente tendría que asegurar su carga por cuenta propia, las cuales se le darán las recomendaciones necesarias para que pueda obtener la mejor cobertura de seguro ante cualquier circunstancias y no perjudicar el producto.

## **5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL**

### **5.1.- Fijación de Precios**

La técnica que se utilizará para el cálculo del precio estará sujeta al método basado en el costo más margen, el cual se define que se llevara a cabo a partir del costo de producción sufrido durante el proceso productivo.

Formula a Utilizar

$$PV = \text{Todos los Costos} + \text{Margen}$$

$$PV = (\text{CP} + \text{DIST} + \text{ADM} + \text{OTROS COST}) + \text{MG}$$

**Tabla N° 15: Costos directos de Producción**

<b>COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCIÓN</b>				
<b>Descripcion</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Und</b>	<b>Costo</b>	<b>Total</b>
Produccion Total	383	cajas		4,596.00
Manjar de Café	4,596	Und	7.10	32,631.60
Materia prima café	100	kg	3.00	300.00
Materia prima leche	600	Lt	1.80	1,080.00
Azucar blanca refinada	200	Kg	1.50	300.00
Bicarbonato de sodio	4	Bot	0.80	3.20
Envase y embalaje primario	4,596	Und	1.00	4,596.00
Etiquetado y Rotulado	4,596	cajas	0.60	2,757.60
Empaque secundario	4,596	cajas	3.50	16,086.00
Empaque de Transporte	383	cajas	0.65	248.95
Mano de Obra por lote	Obreros	4	800	3,200.00
	Jefe de Planta	1	1500	1,500.00
<b>Total Costo</b>				<b>62,703.35</b>
<b>Costo Unitario (S/.)</b>				<b>13.64</b>
<b>Costo Unitario (\$)</b>				<b>4.18</b>

Elaboración Propia

En el presente cuadro se puede visualizar todos los costos necesarios para la producción del manjar de café, llegando así al costo unitario de producción.

**Tabla N° 16: Costos Directos de Exportación**

COSTOS DIRECTOS DE EXPORTACIÓN			
CONCEPTOS	MARÍTIMO		
	Total (USD)	Tiempo (Días)	unitario (USD /Und)
<b>VALOR EX WORK USD \$</b>			
<b>COSTOS DIRECTOS</b>			
EMPAQUE	\$56	4	
UNITARIZACIÓN (en pallets)	\$69	2	
UNITARIZACIÓN (en contenedores)	\$120	1	
TRANSPORTE (Planta Puerto)	\$147	2	
DOCUMENTACIÓN	\$150		
SEGURO	\$22		
ALMACENAJE	\$180	3	
INSPECCIÓN	\$240	1	
EMBARQUE (MANIPULEO)	\$300	1	
BANCARIO			
AGENTES	1000		
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>			
ADMINISTRATIVOS	\$9,233	1	
CAPITAL / INVENTARIO			
<b>COSTOS DFI</b>	<b>\$11,518</b>		
<b>VALOR FCA</b>	<b>\$11,518</b>	<b>14</b>	<b>\$2.506</b>
<b>TRANSITO INTERNACIONAL</b>			
TRANSPORTE			
<b>COSTOS DFI</b>			
<b>VALOR CFR/CPT</b>			
SEGURO			
<b>COSTOS DFI</b>			
<b>VALOR CIF/CIP</b>			
<b>PAÍS IMPORTADOR</b>			
TRANSPORTE LOCAL IMP.			
SEGURO			
<b>COSTOS DFI</b>			
<b>VALOR DAT</b>			
DOCUMENTACIÓN			
ADUANERO (IGV)			
ADUANERO (Ad-valorem)			
AGENTES			
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>			
CAPITAL / INVENTARIO			
<b>TOTAL DFI</b>			
<b>VALOR DDP</b>			

### **5.1.1.- Costos y Precio**

#### **Costo**

El costo serán todos los gastos realizados para producir, conservar y comercializar el producto. Esto incluye gastos de insumos, maquinarias, administrativos, logísticos y demás.

#### **Precio**

El precio de venta del producto va a depender directamente de factores externos a la empresa. A continuación menciono algunos de los más relevantes:

- Demanda
- Oferta
- Calidad del producto
- Calidad de las materias primas con que fue fabricado
- Exclusividad
- Prestigio
- Marca
- Competencia
- Localización

**Tabla N° 17: Determinación de precio**

<b>DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTA</b>	
COSTO DE PRODUCCIÓN	4.18
COSTO DE EXPORTACIÓN	5.37
COSTO FIJO	4.91
COSTO MARKETING	1.20
<b>COSTO TOTAL (\$)</b>	<b>15.66</b>
Margen de Utilidad	30%
<b>Precio de Venta Unitario (\$)</b>	<b>20.36</b>

Elaboración Propia

En la tabla se muestra todos los costos que formaran parte para poder llegar al precio de venta final del producto.

#### **5.1.2.- Cotización Internacional**

Como cotización internacional la empresa EXPOTEMPLE S.A.C, desarrollara su propio modelo de cotización, el cual se resaltaran puntos relevantes de suma importación, como la precisión del precio, tiempos de entrega, lugar convenido, cantidades, etc, para que así en el contrato de compra venta quede establecida y pactada lo que se acordara en la cotización.

**FACTURA PROFORMA / PRO FORMA INVOICE**

Fecha:   
Date:

---

Remitente/Sender	Destinatario/Consignee
Nombre / Name Dirección / Address Código Postal / Postal Code Ciudad/City País / Country N.I.E./V.A.T. Num. Teléfono / Phone number	Nombre / Name Dirección / Address Código Postal / Postal Code Ciudad/City País / Country N.I.E./V.A.T. Num. Teléfono / Phone number

---

Cantidad Item num.	Descripción de la mercancía Description of the goods	Valor € Value	Medidas Dimensions	Peso Weight

---

**SIN VALOR COMERCIAL / NO COMMERCIAL VALUE**  
 Valor declarado únicamente a efectos de aduana / Value for Customs only  
 Valor consignado a efectos estadísticos / Value for Customs purposes  
 Mercancía no destinada a la venta / Not for sale or resale  
 Sin cargo al destinatario / Without charge to consignee

País origen de la mercancía / Country of origin <input style="width: 90%;" type="text" value="España / Spain"/>	Seguro / Insurance <input style="width: 90%;" type="text"/>
	Póliza / Policy <input style="width: 90%;" type="text"/>

---

Nombre / Name <input style="width: 90%;" type="text"/>	Puesto / Position <input style="width: 90%;" type="text"/>
Firma y sello / Signature <input style="width: 90%;" type="text"/>	

Ilustración N° 50: Modelo de Cotización Internacional

Fuente: (MODELOFACTURA, 2017)

### 5.2.- Contrato de compra venta internacional (exportación) y sus documentos.

La empresa EXPOTEMPLE S.A.C, muestra a continuación el modelo de contrato de compra venta internacional, el cual se utilizara para formalizar la exportación.

## CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: EXPORTEMPLE S.A.C, empresa constituida bajo las leyes de la República del Perú, debidamente representada por Sandy Temple Guzman con Documento de Identidad N° 70202024, domiciliado en su Oficina principal ubicado en Av. Néstor Gambeta N°35, Callao, a quien en adelante se denominará EL VENDEDOR y, de otra parte .....S.A., inscrito en la Partida N° ..... Del Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral N° ....., debidamente representado por su Gerente General don ....., identificado con DNI N° ..... Y señalando domicilio el ubicado en Calle ....., N° ....., Urbanización ....., distrito de ....., provincia y departamento de ....., República del Perú, a quien en adelante se denominará EL COMPRADOR, que acuerdan en los siguientes términos:

### GENERALIDADES

#### CLAUSULA PRIMERA:

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

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

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

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

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

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

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

## **CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS**

### **CLAUSULA SEGUNDA:**

- 2.1. Es acordado por las Partes que EL VENDEDOR venderá los siguientes productos: frascos de Manjar de Café (producto alimenticio), y EL COMPRADOR pagará el precio de dichos productos de conformidad con el artículo EXPOTEMPLE S.A.C.
- 2.2. También es acordado que cualquier información relativa a los productos descritos anteriormente referente al uso, peso, dimensiones, ilustraciones, no tendrán efectos como parte del contrato a menos que esté debidamente mencionado en el contrato.

## **PLAZO DE ENTREGA**

### **CLAUSULA TERCERA:**

**EL VENDEDOR** se compromete a realizar la entrega de periodo de 15 días luego de recibidas las órdenes de compra debidamente firmadas por el comprador y aprobadas por el representante en el país de destino.

## **PRECIO**

### **CLAUSULA CUARTA:**

Las Partes acuerdan el precio \$2.50 por frasco por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador en Allende & Rojas Service LLC.

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

El precio ofrecido con mayor frecuencia es sobre la base del Incoterms FCA (“Free Carrier, transportación principal sin pagar”), si se hará con otra modalidad de transporte.

La cantidad por ambas partes acordadas es de 4596 unidades de frascos enviados en dos lotes durante el presente año.

## **CONDICIONES DE PAGO**

### **CLAUSULA QUINTA:**

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por EL COMPRADOR a EL VENDEDOR deberá realizarse por pago adelantado equivalente al CINCUENTA PORCIENTO (50 %) de la cantidad debitada precio al embarque de los

productos, y el restante CINCUENTA PORCIENTO (50 %) después de 15 días de recibidos los productos por parte del comprador.

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

## **INTERES EN CASO DE PAGO RETRASADO**

### **CLAUSULA SEXTA:**

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

## **RETENCION DE DOCUMENTOS**

### **CLAUSULA SEPTIMA:**

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

## **TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA**

### **CLAUSULA OCTAVA:**

El INCOTERM que será utilizado de manera estándar en cada transacción será Free carrier (FCA), es conveniente aclarar que el costo y responsabilidad de cargar junto al buque de transporte estará a cargo del vendedor. Por otro lado, el Comprador asume la responsabilidad a partir del momento que la carga se encuentre en el buque.

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

## **RETRASO DE ENVIOS**

### **CLAUSULA NOVENA:**

EL COMPRADOR tendrá derecho a reclamar a EL VENDEDOR el pago de daños equivalente al 0,5 % del precio de los productos por cada semana de retraso, a menos que

se comuniquen las causas de fuerza mayor por parte del EL VENDEDOR a EL COMPRADOR.

## **INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS**

### **CLAUSULA DECIMA:**

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

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

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

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

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

## **COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES**

### **CLAUSULA DECIMO PRIMERA:**

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

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

## **CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR**

### **CLAUSULA DECIMO SEGUNDA:**

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

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

## **RESOLUCIÓN DE CONTROVERCIAS**

### **CLAUSULA DECIMO TERCERA:**

A menos que se estipule de otra forma por escrito, todas las disputas surgidas en conexión con el presente contrato deberá ser finalmente resueltas por la ley de la República del Perú y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes del Poder Judicial, a las cuales las partes por este medio nominan excepto que una parte deseara buscar un procedimiento arbitral en concordancia con las reglas de arbitraje de las Naciones Unidas 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 15 Días del mes de Febrero 2018.

EXPOTEMPLE S.A.C

ALLENDE & ROJAS SERVICE LLC

Fuente: (SIICEX, 2012)

### **Requisitos Técnicos para Exportar a Estados Unidos**

Todos los productos alimenticios que se comercializan en los EE.UU. deben cumplir con los patrones de salud y seguridad de los alimentos establecidos bajo la Ley Federal de Alimentos, Drogas y Cosméticos (Federal Food, Drug, and Cosmetic Act - FD&C Act). En EE.UU., la normativa relacionada con la importación de productos agroindustriales procesados no se encuentra centralizada en una sola entidad sino en diferentes organismos.

Fuente: (SIICEX, 2010)

### **Entidades que Regulan**

#### **En PERU**

Para la exportación de Manjar de Café, se va requerir un certificado de higiene alimenticia, el cual demostrará que el producto a exportar, no presenta ningún inconveniente para dicha comercialización, dicha certificación será otorgado por la entidad DIGESA (Dirección General de Salud Ambiental).

#### **Requisitos:**

Solicitud Única de Comercio Exterior (SUCE) [www.vuce.gob.pe](http://www.vuce.gob.pe). Para Obtener N° de SUCE deberá tramitarlo con su Código de Pago Bancario (CPB), esta solicitud tiene carácter de Declaración Jurada e incluye la siguiente información:

- ✓ Nombre o razón social, domicilio y número de Registro Único de Contribuyente de la persona natural o jurídica que solicita la inscripción o reinscripción.
- ✓ Nombre que refleje la verdadera naturaleza del producto y marca del producto.

- ✓ Nombre o razón social, dirección y país del establecimiento de fabricación.
- ✓ Resultados análisis físico-químico y microbiológicos del producto terminado, procesado y emitido por el laboratorio de control de calidad de la fábrica o por un laboratorio acreditado INACAL u otro organismo acreditador de país extranjero que cuente con reconocimiento Internacional firmante del Acuerdo de Reconocimiento Mutuo de ILAC (International Laboratory Accreditation Cooperation) o del IAAC (Inter American Accreditation Cooperation).
- ✓ Resultado de Análisis bromatológico procesado y emitido por laboratorio acreditado por el Instituto Nacional de Calidad - INACAL u otro organismo acreditador de país extranjero que cuente con reconocimiento internacional firmante del Acuerdo de Reconocimiento Mutuo de ILAC (International Laboratory Accreditation Cooperation) o del IAAC (Inter American Accreditation Cooperation), para los Alimentos de regímenes especiales, los mismos que deberán señalar sus propiedades nutricionales.
- ✓ Relación de ingredientes y composición cuantitativa de los aditivos, identificando a estos últimos por su nombre genérico y su referencia numérica internacional. (Código SIN)
- ✓ Condiciones de conservación y almacenamiento.
- ✓ Datos sobre el envase utilizado, considerando tipo, material y presentaciones.
- ✓ Periodo de vida útil del producto en condiciones normales de conservación y almacenamiento.
- ✓ Sistema de identificación del Lote de producción.
- ✓ Proyecto de rotulado, conforme las disposiciones del presente Reglamento.

Fuente: (SIICEX, 2010)

## CERTIFICADO DE ORIGEN EE.UU

<b>United States - Peru Trade Promotion Agreement CERTIFICATE OF ORIGIN (Instructions on reverse, according to US-Peru TPA Implementation instructions)</b>	<b>Acuerdo de Promoción Comercial Perú - Estados Unidos CERTIFICADO DE ORIGEN (Instrucciones al reverso, según instrucciones para la implementación del APC Perú- EE.UU)</b>
1. Importer's legal name, address, telephone and e-mail: Razón social, dirección, teléfono y correo electrónico del importador	2. Exporter's legal name, address, telephone and e-mail: Razón social, dirección, teléfono y correo electrónico del exportador:
3. Producer's legal name, address, telephone and e-mail: Razón social, dirección, teléfono y correo electrónico del productor:	4. Blanket Period: / Período que cubre: From: / Desde:  To: / Hasta:
5. Description of good: / Descripción de la Mercancía:	
6. Tariff Classification: / Clasificación Arancelaria:	
7. Preference Criterion: / Criterio preferencial:	
8. Invoice Number: / Número de la Factura	
9. Country of Origin: / País de Origen	
I certify that: - The information on this document is true and accurate and I assume the responsibility for proving such representations. I understand that I am liable for any false statements or material omissions made on or in connection with this document; - I agree to maintain, and present upon request, documentation necessary to support this certification, and to inform, in writing, all persons to whom the Certificate was given of any changes that could affect the accuracy or validity of this certification; - The goods originated in the territory of one or more of the Parties, and comply with the origin requirements specified for those goods in the United States-Peru Trade Promotion Agreement. There has been no further production or any other operation outside the territories of the parties, other than unloading, reloading, or any other operations necessary to preserve the good, and goods have remained under customs control; - This certification consists of _____ pages, including all attachments.	Yo certifico que: - La información contenida en este documento es verdadera y exacta y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente que soy responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha en o con relación al presente documento; - Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido de la presente certificación, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes entregue el presente certificado, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo; - Las mercancías son originarias del territorio de una o ambas Partes y cumplen con todos los requisitos de origen que les son aplicables conforme al Acuerdo de Promoción Comercial Perú-Estados Unidos. No ha habido otro procesamiento ulterior o ninguna otra operación fuera de los territorios de las Partes, con excepción de la descarga, recarga o cualquier otra operación necesaria para mantener la mercancía en buenas condiciones, y las mercancías han permanecido bajo control aduanero; - Esta certificación se compone de _____ hojas, incluyendo todos sus anexos.
Authorized Signature: / Firma autorizada:	Enterprise: / Empresa:
Name: / Nombre:	Title: / Cargo:
Date: / Fecha:	Telephone: / Teléfono:
	Fax: / Fax:
11. Remarks: / Observaciones:	
FUENTE: (ACUERDOS COMERCIALES, 2016)	

## **En EE.UU**

Con respecto al país de destino, nos solicitaran ciertas documentaciones para el proceso de exportación, ya que es un requisito esencial para el ingreso de cualquier producto alimenticio, cuente con documentaciones que avalen que el producto a ingresar al mercado Estadounidense, no vaya a alterar la salud humana.

Es por esta razón que la Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza de los Estados Unidos (US. Customs and Border Protection - CBP), se encarga de la inspección de los productos comercializados en dicho país.

Asimismo, EXPOTEMPLE S.A.C, necesitara las siguientes documentaciones de ciertas entidades para la exportación del Manjar de café:

- FDA (Food and Drug Administration): La FDA se encargara de verificar el cumplimiento de regulaciones que va garantizar la seguridad del producto.
- Ley contra el bioterrorismo: Es un requisito importante que debe afrontar la empresa EXPOTEMPLE, ya que va validar que el producto a ingresar no cuente con microorganismos patógenos que puedan afectar la salud humana.
- Notificación Previa (Prior Notice): Documento en el cual se brinda toda la información acerca de los productos, características al detalle, código, nombre del cliente, cantidades, lotes, etc.

### **5.3.- Elección y Aplicación del INCOTERM**

La empresa EXPOTEMPLE S.A.C, aplicara el INCOTERM FCA (Free Carrier / Franco - Transportista, punto de entrega convenido), para su primera exportación, ya que es de suma importancia delegar responsabilidades y obligaciones que ayudaran al proceso de exportación.

Asimismo, en la siguiente tabla nos muestra sintetizando cuales serían nuestras responsabilidades como vendedor y del comprador:

**Tabla N° 18: Obligaciones del Vendedor y Comprador**

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

Fuente: (SANTANDER TRADE, 2016)

#### **5.4.- Determinación del medio de pago y cobro**

El medio de pago será mediante una cobranza documentaria, el cual se detallara el proceso a seguir.

#### **Documentos contra Cobranza de pago**

Con una cobranza de pago, el exportador envía los bienes y luego entrega los documentos a su banco que los remite al banco recaudador del importador junto con instrucciones sobre cómo cobrar el dinero del importador. En este tipo de acuerdo, el banco recaudador libera los documentos al importador solo cuando se realiza el pago por los bienes. Una vez que se realiza el pago, el banco recaudador transfiere los fondos al banco remitente para efectuar el pago al exportador.

- Momento del pago
- Luego del envío pero antes de que se liberen los documentos
- Transferencia de bienes
- Luego de que el pago se realice a la vista
- Riesgo para el exportador
- Si una letra no se abona, es posible que los bienes sean eliminados o se entreguen sin pago si los documentos no controlan la posesión

Fuente: (HSBCGLOBALCONNECTIONS, 2016)

## **5.5.- Elección de Régimen de Exportación**

Régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afectada a tributo alguno.

### **Plazos**

Las mercancías deben ser embarcadas dentro del plazo de 30 días calendarios desde el día siguiente de la numeración de la declaración.

Regularización: 30 días calendarios contados desde el día siguiente de la fecha de término del embarque.

### **Respecto del exportador o consignante**

Podrán exportar las personas naturales o jurídicas con Registro Único de Contribuyente (RUC), excepcionalmente, pueden exportar con documentos de identificación personal tales como DNI, Carné de Extranjería o Pasaporte.

### **Respecto de las mercancías**

Puede solicitarse la exportación de cualquier mercancía, salvo mercancía prohibida.

Mercancía restringida está sujeta a la presentación de autorizaciones, certificaciones, licencias o permisos y de requerirlo, a reconocimiento físico obligatorio.

Fuente: (PROMPERU, 2013)

### **Documentos Necesarios**

- Copia o fotocopia del documento de transporte (conocimiento de embarque, carta porte aérea o carta porte terrestre), con sello y firma del personal autorizado de la empresa de transporte o su representante o del agente de carga, según corresponda.
- Copia SUNAT de la factura o Boleta de Venta u otro comprobante que implique transferencia de bienes a un cliente domiciliado en el extranjero y que se encuentre señalado en el Reglamento de Comprobantes de Pago, según corresponda; o declaración jurada de valor y descripción de la mercancía cuando no exista venta.

- Documento que acredite el mandato a favor del despachador: copia o fotocopia del documento de transporte debidamente endosado o el poder especial.
- Otros que por la naturaleza de la mercancía se requiera para su exportación (autorizaciones, licencias, certificados de origen, entre otros).

### **Requisitos de la DAM**

- ✓ El exportador o consignante debe ser quien haya emitido la factura.
- ✓ Un destinatario; un país de destino; una única moneda de transacción, un único lugar de entrega y que las mercancías objeto de una única naturaleza de la transacción.

Fuente: (PROMPERU, 2013)

### **5.6.- Gestión Aduanera del Comercio Internacional**

Numeración de la DAM El despachador de aduana transmite electrónicamente la información de los datos provisionales contenidos en la DAM a la Intendencia de Aduana en cuya jurisdicción se encuentra la mercancía.

La Aduana llevará a cabo los siguientes pasos:

- **SIGAD:** Convalida información, genera el número de DAM y deja expedita la mercancía para ser ingresada a Zona Primaria.

### **Ingreso de Mercancías a Zona Primaria**

El despachador de aduana ingresa la mercancía a un Deposito Temporal donde será embarcada para su exportación, ubicado en cualquier puerto, aeropuerto o terminal terrestre, como requisito previo a la selección del canal de control de la DAM.

### **Transmisión de los datos de la Recepción de la carga por el Deposito Temporal y selección del canal de control**

- A. El Depósito temporal debe transmitir la información de la recepción de la mercancía dentro de las dos (02) horas contadas a partir de lo que suceda último:
  - La recepción de la totalidad de la mercancía.

- La presentación de la DAM por el despachador de aduana.

B. El SIGAD la valida y asigna el canal de control (rojo o naranja)

### **Reconocimiento físico**

- I. El despachador de aduana solicita el reconocimiento físico, presentando:
  - La DAM canal rojo
  - Autorizaciones Especiales en original, de corresponder.
- II. La atención del reconocimiento físico se realiza las 24 horas del día.
- III. Se efectúa en presencia del exportador y/o despachador y/o representante del almacén.
- IV. El Especialista u Oficial determina aleatoriamente las mercancías seleccionadas a reconocer físicamente.

### **Regularización**

La Administración Aduanera mediante técnicas de análisis de riesgo determina cuales declaraciones se regularizan:

- Con la sola aceptación de la transmisión de la información complementaria y de los documentos digitalizados.
- Con la presentación física de la DUA y documentación que sustentaron la exportación a satisfacción de la Autoridad Aduanera.

Fuente: (SUNAT, 2014)

# Procedimiento Exportaciones

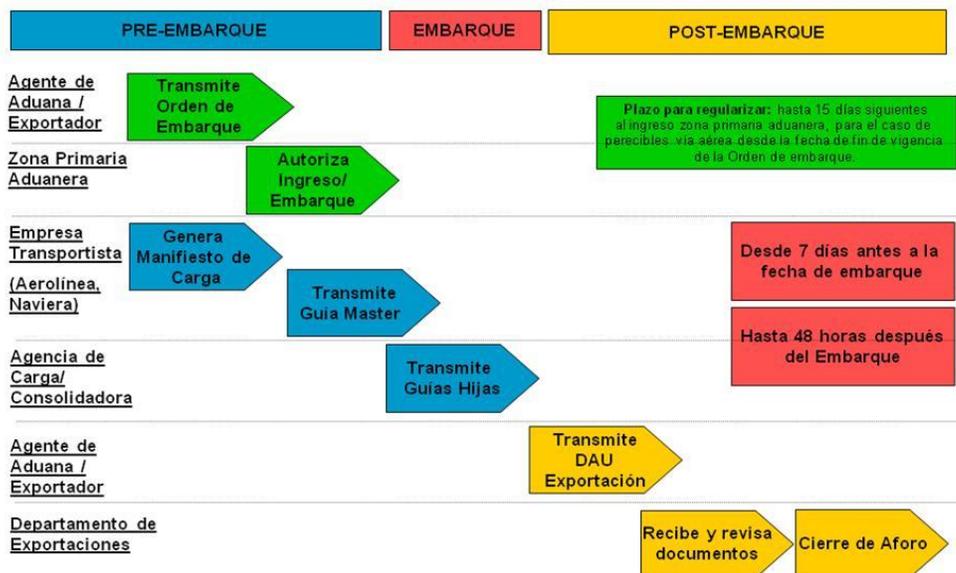


Ilustración N° 51: Procedimientos Aduaneros de Exportación

Fuente: (COMERCIOEXTERIOR, 2011)

## 5.7.- Gestión de las Operaciones de Exportación. Flujograma

Parte de la gestión de operaciones de Exportación es de optimizar los recursos y capitalizar todo esfuerzo, asimismo los beneficios que nos brindaran facilitara todo el proceso de exportación el cual nos ayudara a optimizar tiempo en la gestión del proceso.

- Mejorar la competitividad del país facilitando y modernizando el comercio exterior;
- Garantizar una cadena logística ágil y segura en el despacho aduanero;
- Reducir los costos de cumplimiento de las obligaciones tributarias y aduaneras;
- Brindar servicios de óptima calidad hacia el ciudadano;
- Modernizar y optimizar la cobertura de los canales de atención.
- Optimizar la gestión de riesgo y su efectividad en el control de mercancías a través de herramientas dinámicas y modelos de minería de datos.

Cabe resaltar que la selección de proveedores se ha considerado 4 criterios importantes en el proceso de selección, los cuales son lo siguiente:

- I. Cobertura
- II. Experiencia
- III. Respaldo Financiero
- IV. Costo

**5.7.1.- Flujograma de gestión del comercio exterior**



Ilustración N° 52: Flujograma de exportación de comercio exterior

Fuente: (RODRIGUEZ-GACHS, 2012)

En el presente flujograma se visualiza el proceso de exportación del comercio exterior, como requisitos necesario para dicha gestión.

## 6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

### 6.1.-Inversión Fija

#### 6.1.1.- Activos Tangibles

CUADRO N°1						
ACTIVOS TANGIBLES en S/.						
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA						
Item	descripcion	U.M.	cantidad	precio unitario	precio total S/.	Dólar
1	Mantenimiento de Oficina y Planta	unidades	2	S/. 800.00	S/. 1,600.00	\$ 490.80
2	Escritorio de oficina	unidades	6	S/. 300.00	S/. 1,800.00	\$ 552.15
3	Silla de oficina	unidades	7	S/. 40.00	S/. 280.00	\$ 85.89
4	Mesas de trabajo	unidades	7	S/. 180.00	S/. 1,260.00	\$ 386.50
5	Portabandejas	unidades	0	S/. -	S/. -	\$ -
6	Accesorios	unidades	3	S/. 300.00	S/. 900.00	\$ 276.07
7	Pizarras	unidades	2	S/. 25.00	S/. 50.00	\$ 15.34
8	Estante	unidades	4	S/. 80.00	S/. 320.00	\$ 98.16
9	Impresión de Guías	millar	0	S/. -	S/. -	\$ -
10	Candados	unidades	3	S/. 25.00	S/. 75.00	\$ 23.01
11	Extintor	unidades	2	S/. 150.00	S/. 300.00	\$ 92.02
12	Primeros Auxilios	unidades	2	S/. 150.00	S/. 300.00	\$ 92.02
		unidades	0	S/. 100.00	S/. -	\$ -
<b>MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA</b>			<b>38</b>		<b>S/. 6,885.00</b>	<b>\$ 2,111.96</b>
EQUIPOS DE COMPUTACION						
Item	descripcion	U.M.	cantidad	precio unitario	precio total	Dólar
14	Impresora multifunción HP Photosmart D110a	unidades	0	S/. -	S/. -	\$ -
15	Epson LX-300	unidades	1	S/. 350.00	S/. 350.00	\$ 107.36
16	Laptop toshiba satellite I745 sp4149II	unidades	6	S/. 1,500.00	S/. 9,000.00	\$ 2,760.74
<b>EQUIPOS DE COMPUTACION</b>			<b>7</b>		<b>S/. 9,350.00</b>	<b>\$ 2,868.10</b>
EQUIPOS DE OPERACIONES						
Item	descripcion	U.M.	cantidad	precio unitario	precio total	Dólar
17	Apilador electrico	unidades	1	S/. 3,500.00	S/. 3,500.00	\$ 1,073.62
18	Tanque sanitario de acero inoxidable (almacenamiento de mezcla de leche)	unidades	1	S/. 9,000.00	S/. 9,000.00	\$ 2,760.74
19	tanque enfriador de leche	unidades	1	S/. 4,500.00	S/. 4,500.00	\$ 1,380.37
<b>EQUIPOS DE OPERACIONES</b>			<b>3</b>		<b>S/. 17,000.00</b>	<b>\$ 5,214.72</b>
<b>TOTAL DE INVERSIONES FIJAS</b>					<b>S/. 33,235.00</b>	<b>\$ 10,194.79</b>

Ilustración N° 53: Activos Tangibles

Elaboración Propia

En la presente figura mostraremos todo los activos tangibles necesarios que se requiere para el plan de negocio de exportación, cabe resaltar que los montos van a corresponder a los precios que se encuentran el mercado actualmente. Asimismo, se puede visualizar que los gastos no son difíciles de poder cubrir haciendo viable el inicio rápido de operatividad.

## 6.1.2.- Activos Intangibles

CUADRO N°2			
ACTIVOS INTANGIBLES			
NO RECUPERABLES			
	DESCRIPCION	VALOR S/.	Dólar
	ESTUDIO DEL PROYECTO	S/. -	\$ -
	GASTOS DE CONSTITUCION	S/. 1,000.00	\$ 306.75
	PATENTE	S/. 150.00	\$ 46.01
	GASTOS DE PERMISOS DE EXPORTACION	S/. 2,300.00	\$ 705.52
	<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS NO RECUPERABLES</b>	<b>S/. 3,450.00</b>	<b>\$ 1,058.28</b>
RECUPERABLES			
	GARANTIA DE LOCAL	S/. 150.00	\$ 46.01
	<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS RECUPERABLES</b>	<b>S/. 150.00</b>	<b>\$ 46.01</b>
	<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>S/. 3,600.00</b>	<b>\$ 1,104.29</b>

Ilustración N° 54: Activos Intangibles

Elaboración Propia

En la presenta figura muestra los activos intangibles que se tienen que tomar en cuenta para el inicio del proyecto.

## 6.2.- Capital de Trabajo

CUADRO N°3				
DETERMINACION DEL CAPITAL DE TRABAJO				
	CONCEPTO		COSTO POR LOTE	COSTO MENSUAL
	REMUNARACION		S/. 153,750.00	\$ 47,162.58
	MANTENIMIENTO DE OFICINA PLANTA		S/. 1,600.00	\$ 490.80
	SERVICIOS BASICOS		S/. 500.00	\$ 153.37
	TRANSPORTE		S/. -	\$ -
	SUMINISTROS DE OFICINA		S/. 150.00	\$ 46.01
	VIATICOS Y MOVILIZACION		S/. -	\$ -
	MATERIA PRIMA		S/. -	\$ -
	<b>TOTAL</b>		<b>S/. 156,000.00</b>	<b>\$ 47,852.76</b>
	<b>TOTAL ANUAL</b>			

Ilustración N° 55: Capital de Trabajo

Elaboración Propia

Luego de obtener la información necesaria y detallada, se obtendrá el capital de trabajo según lo establecido en lo anterior mencionado, para que de manera oficial se dé inicio al proyecto.

## 6.3.- Inversión Total

CUADRO N°4				
INVERSION TOTAL EN ACTIVO FIJO Y DIFERIDO				
	CONCEPTO		COSTO	Dólar
	ACTIVOS FIJOS		S/. 33,235.00	\$ 10,194.79
	ACTIVOS DIFERIDOS		S/. 3,600.00	\$ 1,104.29
	SUBTOTAL		S/. 36,835.00	\$ 11,299.08
	IMPREVISTOS	5%	S/. 1,841.75	\$ 564.95
	<b>TOTAL</b>		<b>S/. 38,676.75</b>	<b>\$ 11,864.03</b>

Ilustración N° 56: Inversión Total

Elaboración Propia

En esta imagen se visualiza la inversión inicial considerando los activos fijos, diferidos y algunos imprevistos que puedan ocurrir durante el inicio del plan de exportación.

Considerando un monto el cual se podrá recuperar con nuestros próximos ingresos.

## 6.4.- Estructura de Inversión y Financiamiento

CUADRO N°5						
PLAN DE INVERSION						
	ACTIVOS FIJOS				VALOR	Dólar
	MUEBLES Y ENSERES				S/. 6,885.00	\$ 2,111.96
	EQUIPOS DE COMPUTACION				S/. 9,350.00	\$ 2,868.10
	EQUIPOS DE PRODUCCION				S/. 17,000.00	\$ 5,214.72
	<b>SUBTOTAL</b>				<b>S/. 33,235.00</b>	<b>\$10,194.79</b>
	ACTIVOS DIFERIDOS					Dólar
	ESTUDIO DEL PROYECTO				S/. -	
	GASTOS DE CONSTITUCION				S/. 1,000.00	\$ 306.75
	PATENTE				S/. 150.00	\$ 46.01
	GASTOS DE PERMISOS DE EXPORTACION				S/. 2,300.00	\$ 705.52
	GARANTIA DEL LOCAL				S/. 150.00	\$ 46.01
	IMPREVISTO				S/. 1,323.65	\$ 406.03
	<b>SUBTOTAL</b>				<b>S/. 4,923.65</b>	<b>\$ 1,510.32</b>
	CAPITAL DE TRABAJO					
	SUELDOS				S/. 104,550.00	\$32,070.55
	MANTENIMIENTO DE OFICINA PLANTA				S/. 3,200.00	\$ 981.60
	SERVICIOS BASICOS				S/. 1,000.00	\$ 306.75
	TRANSPORTE				S/. -	\$ -
	SUMINISTROS DE OFICINA				S/. 300.00	\$ 92.02
	VIATICOS Y MOVILIZACION				S/. -	\$ -
	PRODUCTO				S/. -	\$ -
	<b>SUBTOTAL</b>				<b>S/. 109,050.00</b>	<b>\$33,450.92</b>
	<b>TOTAL DE INVERSIONES</b>				<b>S/. 147,208.65</b>	<b>\$45,156.03</b>

CUADRO N°6						
FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION						
	CAPITAL PROPIO					50%
	FINANCIAMIENTO					50%
	<b>INVERSION INICIAL TOTAL</b>				<b>S/. 147,208.65</b>	
					<b>\$ 45,156.03</b>	
	CAPITAL DE TRABAJO ANUAL NECESARIO				S/. 218,100.00	
					\$ 66,901.84	
	<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 112,057.87</b>	
	<b>TOTAL A FINANCIAR</b>				<b>\$ 56,028.93</b>	

Ilustración N° 57: Plan de inversión

Elaboración Propia

El horizonte del cálculo del plan de inversión se considerara por lotes, considerando que el primer año se enviaran 2 lotes, el cual se proyecta que la cantidad de lotes irán variando en 5 años proyectado, con la finalidad de poner cumplir con nuestra visión, misión y políticas empresariales, y cumpliendo nuestro primer objetivo de crecimiento de la empresa.

## 6.5.- Fuentes Financieras y condiciones de crédito

### AMORTIZACIÓN (TASA EFECTIVA ANUAL DE 25%--BCP PARA CAPITAL DE TRABAJO)

Total Inversión	112,058
% Deuda	50%
Préstamo	56,029
Tasa de interes anual	25%
Nper	5.00
Pago anual	20,834

Cuadro de Amortización	Año 0	Año 1	Año 2	Año 4	Año 5
Saldo de deuda	56,029	49,202	40,668	16,667	0
Amortización		6,827	8,534	13,334	16,667
Intereses		14,007	12,300	7,500	4,167
Pagos		20,834	20,834	20,834	20,834

Ilustración N° 58: Fuentes financieras

Elaboración Propia

En la siguiente figura se puede visualizar el monto a financiar que se hará con el banco de crédito, para que pueda ir en marcha el negocio, según el cuadro el monto del préstamo sería de \$56,029, en tema porcentuales el 50% estaría financiando el banco, el cual se pretende cancelar la deuda en 5 años.

## 6.6.- Presupuesto de costos

PRESUPUESTO DE DEPRECIACION						
		AÑO				
CONCEPTO	% DE DEP.	1	2	3	4	5
DEPRECIACION DE EQUIPOS DE COMPUTO	25%	\$ 717.02	\$ 717.02	\$ 717.02	\$ 717.02	
DEPRECIACION DE MUEBLES Y ENSERES	20%	\$ 422.39	\$ 422.39	\$ 422.39	\$ 422.39	\$ 422.39
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>\$ 1,139.42</b>	<b>\$ 1,139.42</b>	<b>\$ 1,139.42</b>	<b>\$ 1,139.42</b>	<b>\$ 422.39</b>

PRESUPUESTO DE DEPRECIACION					
	AÑO				
	1	2	3	4	5
PERSONAL ADMINISTRATIVO	\$ 45,276.07	\$ 48,445.40	\$ 54,258.85	\$ 55,886.61	\$ 59,798.67
COSTO SOCIAL	\$ 107,530.67	\$ 115,057.82	\$ 128,864.76	\$ 132,730.70	\$ 142,021.85
DEPRECIACION	\$ 1,139.42	\$ 1,139.42	\$ 1,139.42	\$ 1,139.42	\$ 422.39
ALQUILERES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
SERVICIOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$ 152,806.75</b>	<b>\$ 163,503.22</b>	<b>\$ 183,123.61</b>	<b>\$ 188,617.32</b>	<b>\$ 201,820.53</b>

Ilustración N° 59: Presupuesto de depreciación

Elaboración Propia

El cálculo de la depreciación se ha calculado de manera lineal, la cual permitirá homogenizar nuestros activos durante el periodo de 5 años, considerando las tasas correspondientes de la depreciación.

## 6.7.- Punto de Equilibrio

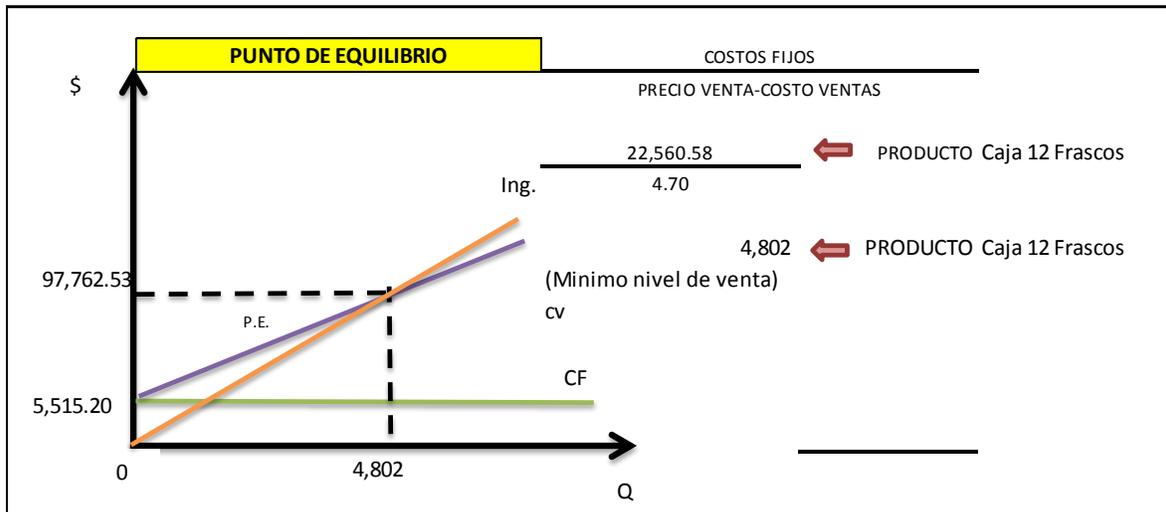


Ilustración N° 60: Punto de equilibrio

Elaboración Propia

El cálculo del punto de equilibrio es de 4,802 unidades de 12 frascos de Manjar de Café, en el periodo de un año a fin de no ganar ni perder.

## 6.8.- Tributación de la exportación

			T/C	3.26			
	V. EXW	UND	\$*UND	Utilidad	Total \$ EXW		
		4,596.00	4.18	-	19,234.16		
<b>EMPAQUE</b>	1	UND	c/Frasco de Vidrio	# cajas	envase por caja+Marcado S/.	Total S/.	<b>Total US\$</b>
		4,596.00	3.57	383.00	0.48	183.84	56.39
<b>UNITARIZACIÓN (en pallets)</b>	2	UND	peso*paleta	# Paletas	unitarización paletas \$	<b>Total US\$</b>	
		4,596.00	1,000.00	4.60	15.00	68.94	
<b>UNITARIZACIÓN (en contenedores)</b>	3	N° contenedores	\$*contenedor	<b>Total US\$</b>			
		2.00	60.00	120.00			
<b>TRANSPORTE (Planta Puerto)</b>	4	TM	S/.*TM	Total S/.	<b>Total \$</b>		
		6.00	80.00	480.00	147.24		
<b>DOCUMENTACIÓN</b>	5	<b>Emisión BL \$</b>		Emisión C. Origen S/.	<b>Total \$</b>		
		135.00		50.00	150.34		
<b>SEGURO</b>	6	\$ EXW	Seguro	<b>Total \$</b>			
		19,234.16	0.001	19.23			
<b>ALMACENAJE</b>	7	Días almacenaje	\$*día	#contenedor	<b>Total \$</b>		
		3.00	30.00	2.00	180.00		
<b>INSPECCIÓN</b>	8	N° Contenedores	spec. aduana*contene	<b>Total \$</b>			
		2	120.00	240.00			
<b>EMBARQUE</b>	9	\$*embarque cont.	N° contenedor	<b>Total \$</b>			
		150.00	2.00	300.00			
<b>AGENTES</b>	10	<b>Comision Agente</b>					
		1,000.00					
<b>ADMINISTRATIVOS</b>	11	Costo Adm. S/.	Sueldo S/.	<b>Total \$</b>			
		2,150.00	52,275.00	16,694.79			
<b>TRANSPORTE</b>	13	Flete*contenedor	AMS	# contenedor	<b>Total \$</b>		
					-		
<b>SEGURO</b>	14	\$ CFR	Seguro	<b>Total \$</b>			
		-	0.00	-			

Ilustración N° 61: Cuadro de costos de exportación

Elaboración Propia

En esta imagen se puede visualizar todos los costos necesarios para la exportación del producto, en base la INCOTERM FCA, cabe resaltar que como exportación no hay pago de tributos.

COSTOS DIRECTOS DE EXPORTACIÓN			
CONCEPTOS	MARÍTIMO		
	Total (USD)	Tiempo (Días)	unitario (USD /Und)
<b>VALOR EX WORK USD \$</b>			
<b>COSTOS DIRECTOS</b>			
EMPAQUE	\$56	4	
UNITARIZACIÓN (en pallets)	\$69	2	
UNITARIZACIÓN (en contenedores)	\$120	1	
TRANSPORTE (Planta Puerto)	\$147	2	
DOCUMENTACIÓN	\$150		
SEGURO	\$19		
ALMACENAJE	\$180	3	
INSPECCIÓN	\$240	1	
EMBARQUE (MANIPULEO)	\$300	1	
BANCARIO			
AGENTES	1000		
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>			
ADMINISTRATIVOS	\$16,695	1	
CAPITAL / INVENTARIO			
<b>COSTOS DFI</b>	<b>\$18,977</b>		
<b>VALOR FCA</b>	<b>\$18,977</b>	<b>14</b>	<b>\$4.129</b>
<b>TRANSITO INTERNACIONAL</b>			
TRANSPORTE			
<b>COSTOS DFI</b>			
<b>VALOR CFR/CPT</b>			
SEGURO			
<b>COSTOS DFI</b>			
<b>VALOR CIF/CIP</b>			
<b>PAÍS IMPORTADOR</b>			
TRANSPORTE LOCAL IMP.			
SEGURO			
<b>COSTOS DFI</b>			
<b>VALOR DAT</b>			
DOCUMENTACIÓN			
ADUANERO (IGV)			
ADUANERO (Ad-valorem)			
AGENTES			
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>			
CAPITAL / INVENTARIO			
<b>TOTAL DFI</b>			
<b>VALOR DDP</b>			

Ilustración N° 62: Costos Directos de exportación

Elaboración propia

En la siguiente imagen se muestra los costos necesarios para el proceso de exportación, el cual se llega al monto de precio FCA de \$4.129, precio que se exportara el manjar de café a Estados Unidos.

## 6.9.- Presupuesto de Ingresos

ESTADO DE RESULTADOS					
	AÑO				
	1	2	3	4	5
Unidades de exportación	4,596	4,596	4,596	4,596	4,596
Lotes de exportación	2	3	3	4	4
Total unidades a exportar	9,192	13,788	13,788	18,384	18,384
Precio de Venta	20.36	20.97	21.60	22.25	22.92
Costo unitario de producción	4.18	4.31	4.44	4.57	4.71
VENTAS	\$ 187,147.86	\$ 289,143.45	\$ 297,817.75	\$ 409,003.04	\$ 421,273.13
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 38,468.31	\$ 59,433.54	\$ 61,216.55	\$ 84,070.73	\$ 86,592.85
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$ 148,679.55</b>	<b>\$ 229,709.90</b>	<b>\$ 236,601.20</b>	<b>\$ 324,932.31</b>	<b>\$ 334,680.28</b>
<b>(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 35,848.01</b>	<b>\$ 53,202.30</b>	<b>\$ 53,202.30</b>	<b>\$ 70,556.60</b>	<b>\$ 69,839.57</b>
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 32,070.55	\$ 48,105.83	\$ 48,105.83	\$ 64,141.10	\$ 64,141.10
GASTOS DE OFICINA	\$ 2,638.04	\$ 3,957.06	\$ 3,957.06	\$ 5,276.07	\$ 5,276.07
DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS	\$ 1,139.42	\$ 1,139.42	\$ 1,139.42	\$ 1,139.42	\$ 422.39
<b>(-)GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$ 60,370.41</b>	<b>\$ 90,555.62</b>	<b>\$ 90,555.62</b>	<b>\$ 120,740.83</b>	<b>\$ 120,740.83</b>
GASTOS DE EXPORTACIÓN 5.37	\$ 49,340.01	\$ 74,010.02	\$ 74,010.02	\$ 98,680.03	\$ 98,680.03
GASTOS DE MARKETING 1.20	\$ 11,030.40	\$ 16,545.60	\$ 16,545.60	\$ 22,060.80	\$ 22,060.80
<b>(-)GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 14,007.23</b>	<b>\$ 12,300.50</b>	<b>\$ 10,167.08</b>	<b>\$ 7,500.30</b>	<b>\$ 4,166.84</b>
INTERES PRESTAMO	\$ 14,007.23	\$ 12,300.50	\$ 10,167.08	\$ 7,500.30	\$ 4,166.84
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS</b>	<b>\$ 38,453.89</b>	<b>\$ 73,651.48</b>	<b>\$ 82,676.20</b>	<b>\$ 126,134.59</b>	<b>\$ 139,933.05</b>
UTILIDAD IMPONIBLE	\$ 38,453.89	\$ 73,651.48	\$ 82,676.20	\$ 126,134.59	\$ 139,933.05
(-10%) IMPUESTO A LA RENTA	\$ 3,845.39	\$ 7,365.15	\$ 8,267.62	\$ 12,613.46	\$ 13,993.30
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 34,608.50</b>	<b>\$ 66,286.33</b>	<b>\$ 74,408.58</b>	<b>\$ 113,521.13</b>	<b>\$ 125,939.74</b>
<b>UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 34,608.50</b>	<b>\$ 66,286.33</b>	<b>\$ 74,408.58</b>	<b>\$ 113,521.13</b>	<b>\$ 125,939.74</b>

Ilustración N° 63: Presupuesto de ingresos

Elaboración Propia

## 6.10.- Presupuesto de Egresos

CUADRO N°7		
GASTOS DE OFICINA		
CONCEPTO	COSTO MENSUAL	
Arriendos	S/.	1,500.00
servicios basicos	S/.	500.00
suministros de oficina	S/.	150.00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>S/.</b>	<b>2,150.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>659.51</b>

SERV. BASICOS(\$)		
CONCEPTO	SOL	DÓLAR
LUZ	S/. 220.00	\$67.48
AGUA	S/. 100.00	\$30.67
TELEFONO	S/. 80.00	\$24.54
INTERNET	S/. 100.00	\$30.67

Ilustración N° 64: Presupuesto de egresos

Elaboración Propia

En la imagen se puede visualizar los costos considerados en el presupuesto de egresos, las cuales serían los costos administrativos, costos de servicio, etc., los cuales forman parte de la viabilidad del proyecto.

## 6.11.- Flujo de caja Proyectado

FLUJO DE CAJA							
AÑO	0	1	2	3	4	5	
UTILIDAD		\$ 34,609	\$ 66,286	\$ 74,409	\$ 113,521	\$ 125,940	
APORTE SOCIOS	\$ 56,029						
PRESTAMO BANCARIO	\$ 56,029						
(+)INVERSION INICIAL	\$ 112,058	\$ 34,609	\$ 66,286	\$ 74,409	\$ 113,521	\$ 125,940	
PAGOS DE CAPITAL		\$ 20,834	\$ 20,834	\$ 20,834	\$ 20,834	\$ 20,834	
RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO							\$ 66,902
<b>TOTAL FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 112,058</b>	<b>\$ 13,774</b>	<b>\$ 45,452</b>	<b>\$ 53,574</b>	<b>\$ 92,687</b>	<b>\$ 172,007</b>	

Ilustración N° 65: Flujo de caja

Elaboración Propia

En el presente cuadro podemos ver nuestra inversión inicial y posterior a eso la recuperación de capital de trabajo.

## 6.12.- Estado de Ganancias y Pérdidas

ESTADO DE RESULTADOS					
	AÑO				
	1	2	3	4	5
Unidades de exportación	4,596	4,596	4,596	4,596	4,596
Lotes de exportación	2	3	3	4	4
Total unidades a exportar	9,192	13,788	13,788	18,384	18,384
Precio de Venta	20.36	20.97	21.60	22.25	22.92
Costo unitario de producción	4.18	4.31	4.44	4.57	4.71
VENTAS	\$ 187,147.86	\$ 289,143.45	\$ 297,817.75	\$ 409,003.04	\$ 421,273.13
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 38,468.31	\$ 59,433.54	\$ 61,216.55	\$ 84,070.73	\$ 86,592.85
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$ 148,679.55</b>	<b>\$ 229,709.90</b>	<b>\$ 236,601.20</b>	<b>\$ 324,932.31</b>	<b>\$ 334,680.28</b>
<b>(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 35,848.01</b>	<b>\$ 53,202.30</b>	<b>\$ 53,202.30</b>	<b>\$ 70,556.60</b>	<b>\$ 69,839.57</b>
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 32,070.55	\$ 48,105.83	\$ 48,105.83	\$ 64,141.10	\$ 64,141.10
GASTOS DE OFICINA	\$ 2,638.04	\$ 3,957.06	\$ 3,957.06	\$ 5,276.07	\$ 5,276.07
DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS	\$ 1,139.42	\$ 1,139.42	\$ 1,139.42	\$ 1,139.42	\$ 422.39
<b>(-)GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$ 60,370.41</b>	<b>\$ 90,555.62</b>	<b>\$ 90,555.62</b>	<b>\$ 120,740.83</b>	<b>\$ 120,740.83</b>
GASTOS DE EXPORTACIÓN 5.37	\$ 49,340.01	\$ 74,010.02	\$ 74,010.02	\$ 98,680.03	\$ 98,680.03
GASTOS DE MARKETING 1.20	\$ 11,030.40	\$ 16,545.60	\$ 16,545.60	\$ 22,060.80	\$ 22,060.80
<b>(-)GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 14,007.23</b>	<b>\$ 12,300.50</b>	<b>\$ 10,167.08</b>	<b>\$ 7,500.30</b>	<b>\$ 4,166.84</b>
INTERES PRESTAMO	\$ 14,007.23	\$ 12,300.50	\$ 10,167.08	\$ 7,500.30	\$ 4,166.84
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS</b>	<b>\$ 38,453.89</b>	<b>\$ 73,651.48</b>	<b>\$ 82,676.20</b>	<b>\$ 126,134.59</b>	<b>\$ 139,933.05</b>
UTILIDAD IMPONIBLE	\$ 38,453.89	\$ 73,651.48	\$ 82,676.20	\$ 126,134.59	\$ 139,933.05
(-10%) IMPUESTO A LA RENTA	\$ 3,845.39	\$ 7,365.15	\$ 8,267.62	\$ 12,613.46	\$ 13,993.30
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 34,608.50</b>	<b>\$ 66,286.33</b>	<b>\$ 74,408.58</b>	<b>\$ 113,521.13</b>	<b>\$ 125,939.74</b>
<b>UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 34,608.50</b>	<b>\$ 66,286.33</b>	<b>\$ 74,408.58</b>	<b>\$ 113,521.13</b>	<b>\$ 125,939.74</b>

Ilustración N° 66: Estados de Resultados

Elaboración Propia





### 6.13.3.- Evaluación Social

El plan de negocio de exportación no posee un impacto social negativo más bien todo lo contrario, pues aporta valor a la calidad de vida de los consumidores. Además, este producto permitirá el crecimiento de comunidades campesinas a nivel comercial, siendo un aporte social importante. Según lo expuesto el plan de negocio es 100% viable a nivel social.

### 6.13.4.- Evaluación Ambiental

El presente plan no tiene un impacto ambiental negativo para el planeta, pues el proceso de elaboración y envasado son completamente amigables con la naturaleza. En síntesis, es viable este plan de negocio a nivel ambiental.

### 6.14.- Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

Formula

$$CPPK = \frac{D}{D+E} k_d (1-Tx) + \frac{E}{D+E} k_{proy}$$

Donde:

WACC	<b>CPPK</b>	<b>Costo Promedio Ponderado de Capital</b>	<b>12.12%</b>
	D	Deuda	US\$ 56,029
	E	Capital propio	US\$ 112,058
	Kd	Costo de la deuda	25.00%
	Tx	Imposición fiscal	30.00%
CAPM	Kproy	Costo del Capital propio	9.44% COK

Costo del capital propio

$$K_{proy} = R_f + \beta (R_m - R_f) + R_P$$

Donde:

CAPM	<b>Kproy</b>	<b>Costo de capital propio</b>	<b>9.44%</b> COK	<b>Rf+(Beta*Prima)+Rp</b>
	Rf	Tasa libre de riesgo	2.30%	Tasa de bonos de Banco central de EBUJ
	β	Beta del sector (Building Materials)	1.01	
	Rm - Rf	Prima por riesgo de mercado	5.69%	
	RP	Prima por riesgo país	1.39%	

Ilustración N° 69: Evaluación de costo de oportunidad del capital de trabajo

Elaboración Propia

En la presente imagen se puede visualizar que nuestro COK estaría en 9.44%, el cual se ha considerados porcentajes actuales para así poder llegar a nuestro costo de capital propio. Teniendo en cuenta que después tener el COK, se requiere hallar el costo promedio ponderado de capital el cual sirve como un indicador que va ponderar el costo de mis recursos propios y ajenos que se ha considerado en la empresa como desarrollo de las actividades.

### 6.15.-Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Base	
Precio	20.36
Costo por unidad	15.66
VAN F	75,812.93

OPTIMISTA					
Variacion de Variables	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
Precio	20.36	7.93	8.32	8.74	9.18
Unidades a Exportar	9,192.00	13,788.00	13,788.00	18,384.00	18,384.00
Valomun aumenta un 5%	11,916.00	16,648.20	18,017.01	22,681.45	24,046.87
C. variable	15.66	5.26	4.73	4.26	3.83
VAN	S/. 62,699.91				
Aumentar el precio de venta cada año	5%				
Costo disminuye cada año	10%				

PESIMISTA					
Variacion de Variables	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
Precio	20.36	6.80	6.12	5.50	4.95
Unidades a Exportar	9,192.00	13,788.00	13,788.00	18,384.00	18,384.00
Volumen baja al 5%	6,468.00	9,702.00	9,702.00	12,936.00	12,936.00
C. Variable	15.66	16.25	7.07	7.77	8.55
VAN	S/. 38,055.14				
Reduccion del precio de venta por año	10%				
Costo Variable aumentan cada año	10%				

Ilustración N° 70: Cuadro de riesgo de tipo de cambio

Elaboración Propia

## **7.-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **7.1.- Conclusiones**

1. Los regímenes tributario y laboral a los que se acoge la empresa es el Régimen MYPE Tributario y régimen especial laboral de empresa privada, el cual permitirá la constitución de la empresa, como inicio del proyecto.
2. El producto de la organización denominada “Manjar de Café” será ofrecida en presentaciones de 12 frascos en una caja, los cuales serán enviados a New York – Queens. Lo que se pretende es promover y dar a conocer los productos nativos peruanos, de nuestro país.
3. EXPOTEMPLE S.A.C se acogerá al uso del INCOTERM FCA siendo competitivo para el producto al ser de entrega rápida y de bajo costo, siendo la repercusión en el costo del producto mínima.
4. Los resultados integrales proyectados del negocio se ven reflejado con un VAN de \$92,694.60 y el TIR de 51% el cálculo se llevó a cabo utilizando una proyección de 5 años y haciendo transparente la viabilidad del proyecto.

## **7.2.- Recomendaciones**

1. Es necesario ubicar inversionistas interesados en el proyecto y que confíen en el producto a exportar.
2. Se recomienda que cualquier información relevante y de apoyo sea comunicado a la base de datos de la SIICEX o PROMPERU para su respectivo almacenamiento y poder atender mejor la elaboración de otros planes de negocios de igual o mejor envergadura.
3. Investigaciones en el uso de los indicadores y modelos de contratos internacionales de compra y venta en las páginas oficiales de POMPERU y SIICEX.
4. Se recomienda realizar la evaluación de costos de envío en el Incoterm FOB o CIF siempre y cuando los volúmenes de envío sean superiores, pues esto aportaría mucho en la visión de las exportaciones de este producto.
5. Se recomienda investigar más a profundidad sobre más puntos de venta, el cual pueden ser favorables para el proyecto.

## 8.- REFERENCIAS

- ACUERDOS COMERCIALES. (2016). *ACUERDOS COMERCIALES*. Obtenido de <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe>
- ADEX. (2016). *ASOCIACION DE EXPORTADORES*. Obtenido de MARCADO: [http://escuelavirtual.adexperu.edu.pe/pluginfile.php/338470/mod\\_resource/content/0/D FI%20-%201.pdf](http://escuelavirtual.adexperu.edu.pe/pluginfile.php/338470/mod_resource/content/0/D FI%20-%201.pdf)
- AGRODATAPERU. (2017). *AGRODATAPERU*. Obtenido de EXPORTACIONES DEL CAFE: <https://www.agrodataperu.com/2017/01/cafe-grano-peru-exportacion-2016-diciembre.html>
- Andres Pupkin, R. P. (2015). Sandler Training . *Conferencia en Defontana Peru: Sandler Training* (pág. 8). San Isidro, Lima: Sandler Training Chile.
- AULA DE LA ECONOMIA. (2002). *AULA DE LA ECONOMIA*. Obtenido de OFERTA Y DEMANDA: <http://www.auladeeconomia.com/micro-material2.htm>
- BLOG FLUJO LOGISTICO. (2015). *FLUJO LOGISTICO*. Obtenido de FLUJO LOGISTICO: <http://flujodelogistica.blogspot.pe/2015/02/flujo-de-logistica.html>
- CAJASDECARTON. (2017). *CAJAS DE CARTON*. Obtenido de EMPAQUE: <http://www.cajasdecarton.pe/>
- CENSUS. (2010). *CENSUS*. Obtenido de POBLACION TOTAL 2010: <https://www.census.gov/sdc/network.html>
- CENTRO AGROPECUARIO DE LA GRANJA. (2010). *CENTRO AGROPECUARIO DE LA GRANJA*. Obtenido de FICHA TECNICA COMERCIAL: <http://fichatecnicamanjarblanco.blogspot.pe/>
- CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL. (2011). *CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL*. Obtenido de CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL: <http://www.intracen.org/guia-del-cafe/los-mercados-del-cafe/Estados-Unidos/>
- CIA. (2016). *CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY*. Obtenido de CUADRO COMPARATIVO DE L APOBLACION: <https://www.cia.gov/es>
- CIA. (2017). *CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY*. Obtenido de CUADRO COMPARATIVO DE POBLACION: <https://www.cia.gov/es>
- COMERCIOEXTERIOR. (2011). *BLOG DEL COMERCIO EXTERIOR*. Obtenido de PROCEDIMIENTO ADUANERO: <http://blog.todocomercioexterior.com.ec/2011/09/procedimientos-exportar-desde-ecuador.html>
- COMEX PERU. (2005). *SOCIEDAD DEL COMERCIO EXTERIOR DEL PERU*. Obtenido de EMPAQUE: [www.comexperu.org.pe/media/files/foro/foro\\_26052005/Jaime%20García.ppt](http://www.comexperu.org.pe/media/files/foro/foro_26052005/Jaime%20García.ppt)

COMTRADE. (08 de 2015). Obtenido de SIICEX:  
[http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?scriptdo=cc\\_fp\\_partida&ptarifa=1404902000&\\_portletid\\_=SFichaProductoPartida&\\_page\\_=172.17100#anclafecha](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?scriptdo=cc_fp_partida&ptarifa=1404902000&_portletid_=SFichaProductoPartida&_page_=172.17100#anclafecha)

CONGRESO DE LA REPÚBLICA. (2013). *CONGRESO DE LA REPÚBLICA*. Obtenido de LEY DE MYPES 30056: <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/Textos/30056.pdf>

COPAL. (2017). *LA COORDINADORA DE LA INDUSTRIA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS*. Obtenido de HABITOS DE LOS CONSUMIDORES: <http://copal.org.ar/cadenas-de-valor/>

CORPORACIONDEEMPAQUES. (2017). *CORPORACION DE EMPAQUES*. Obtenido de EMPAQUES: <http://corporaciondeempaques.pe/pedidos/>

DATOS MACRO. (2015). *DATOS MACRO*. Obtenido de DATOS MACRO:  
<http://www.datosmacro.com/paises/usa-estados/nueva-york>

Datosmacro.com. (2014). Obtenido de Economía y Demografía de Estados Unidos :  
<http://www.datosmacro.com/paises/usa>

Departamento Económico y Social. (2008). Obtenido de Depósito de documentos de la FAO:  
<http://www.fao.org/docrep/004/y1669s/y1669s0g.htm>

Dirección Nacional de Cuentas Nacionales del Instituto Nacional de Estadística e Informática . (2010). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU)*. Lima: INEI.

ECONOMIPEDIA. (2016). *HACIENDO FACIL LA ECONOMIA*. Obtenido de LEY DE LA OFERTA Y LA DEMANDA: <http://economipedia.com/definiciones/ley-de-oferta-y-demanda.html>

ECUADORDELSUR. (2016). *ECUADOR DEL SUR*. Obtenido de MANJAR DE CAFE:  
<https://ecuardelsur.blogspot.pe/2016/03/conservas-don-felix-lanza-el-nuevo.html>

EL PERUANO. (05 de Marzo de 2013). Obtenido de AGRONEGOCIOS:  
<http://www.agronegocios.pe/economia/item/291-alta-demanda-en-los-estados-unidos-productos-naturales-peruanos>

El portal de los emprendedores. (12 de Noviembre de 2014). *EL OTRO ÁNGULO DE LAS NOTICIAS QUE UN EMPRENDEDOR DEBE CONOCER*. Obtenido de  
<http://pqs.pe/actualidad/noticias/sociedad-anonima-cerrada-caracteristicas-y-beneficios>

ELBUENARTESANO. (2017). *EL BUEN ARTESANO*. Obtenido de FRASCOS:  
<http://www.elbuenartesano.com/FRASCOS-DE-VIDRIO-LIMA-PERU-ENVASES-DE-VIDRIO-MIEL-ABEJA-MERMELADAS-CONSERVAS-MANJAR-BLANCO.html>

ENVASESDELPERU. (2017). *ENVASES DEL PERU WILDOR*. Obtenido de FRASCOS:  
<http://envasesdelperu.com/categoria-producto/frascos/bajos/>

- ESAN. (2016). *UNIVERSIDAD ESAN*. Obtenido de UNIVERSIDAD ESAN:  
<http://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2016/09/15/el-e-commerce-en-el-peru-vamos-hacia-el-modelo-asiatico/>
- ESSALUD. (1997). *SEGURO SOCIAL DEL PERU*. Obtenido de LEY GENERAL DE SOCIEDADES 26887:  
[http://www.essalud.gob.pe/transparencia/pdf/publicacion/ley\\_general\\_sociedades.pdf](http://www.essalud.gob.pe/transparencia/pdf/publicacion/ley_general_sociedades.pdf)
- FDA. (2015). *FOOD AND DRUG ADMINISTRATION*. Obtenido de ETIQUETA NUTRICIONAL:  
<https://www.fda.gov/food/ingredientspackaginglabeling/labelingnutrition/ucm268173.htm>
- Ferias Alimentarias. (2015). Obtenido de NATURAL PRODUCTS EXPO WEST 2016:  
[http://www.feriasalimentarias.com/main/oblea.asp?id\\_feria=14#comoll](http://www.feriasalimentarias.com/main/oblea.asp?id_feria=14#comoll)
- FERIAS ALIMENTARIAS. (2017). *FERIAS INTERNACIONALES DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EL MUNDO*. Obtenido de FERIAS ALIMENTARIAS:  
[http://www.feriasalimentarias.com/main/search\\_results.asp?search\\_for=si&nombre\\_feria=&id\\_rubro=-1&fecha=2009-01-01](http://www.feriasalimentarias.com/main/search_results.asp?search_for=si&nombre_feria=&id_rubro=-1&fecha=2009-01-01)
- FRANCISCOGARCIA. (2009). *FRANCISCO GARCIA IRUELA*. Obtenido de FIJACION DE PRECIOS:  
<http://www.efdeportes.com/efd130/el-marketing-y-la-importancia-de-la-fijacion-de-precios.htm>
- Frutas Exóticas de la Selva Peruana. (Noviembre de 2010). Obtenido de Distribución Física Internacional - Incoterms 2000: [http://frutasperu.blogspot.pe/2010/11/distribucion-fisica-internacional\\_23.html](http://frutasperu.blogspot.pe/2010/11/distribucion-fisica-internacional_23.html)
- GESTIOPOLIS. (2017). *CONOCIMIENTO EN NEGOCIOS*. Obtenido de CONTRATOS COMERCIALES:  
<https://www.gestiopolis.com/contratos-mercantiles-tipos-y-caracteristicas/>
- GRANDES PYMES. (2013). *GRANDES PYMES*. Obtenido de FILOSOFIA DE PYMES:  
<http://www.grandespymes.com.ar/2013/03/25/importancia-de-los-objetivos-en-la-gestion-empresarial/>
- GRUPO TRANSMERIDIAN. (2017). *GRUPO TRANSMERIDIAN*. Obtenido de TIPO DE CONTENEDORES:  
<http://transmeridian.pe/herramientas/tipo-de-contenedores/>
- HSBCGLOBALCONNECTIONS. (2016). *HSBC GLOBAL CONNECTIONS*. Obtenido de COBRANZA DOCUMENTARIA: <https://globalconnections.hsbc.com/mexico/es/articles/ventajas-de-la-cobranza-documentaria>
- ICONTAINERS. (2015). *ICONTAINERS*. Obtenido de INCOTERM FOB:  
<http://www.icontainers.com/es/incoterms/incoterm-fob/>
- INCOTERMS 2010. (2014). *INCOTERMS 2010*. Obtenido de PROCESO FCA:  
<https://incablogdeincoterms2010.files.wordpress.com/2014/07/fca.gif>

- INDECOPI. (2007). *Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual*. Obtenido de LEY DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO: <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/143803/ley28976.pdf>
- INDECOPI. (2016). *INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCION DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL*. Obtenido de MACA: <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
- INEI. (2010). *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA DE INFORMATICA*. Obtenido de CLASIFICACION INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME: [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf)
- INEI. (2014). *Perú: Anuario de Estadísticas Ambientales 2013*. Lima: INEI.
- INEI. (2016). *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA E INFORMATICA*. Obtenido de SISTEMA DE INFORMACION GEOGRAFICA: <http://sige.inei.gob.pe/sige/>
- Infobosques. (2007). Obtenido de TARA (CAESALPINIA SPINOSA): <http://www.infobosques.com/descargas/biblioteca/146.pdf>
- INGENIERIA INDUSTRIAL. (2016). *INGENIERIA INDUSTRIAL*. Obtenido de METODO DE LOCALIZACION DE PLANTA: <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/dise%C3%B1o-y-distribuci%C3%B3n-en-planta/m%C3%A9todos-de-localizaci%C3%B3n-de-planta/>
- Instituto Nacional de Comercio Exterior y aduanas (INCEA). (2015). *Comercio y Aduanas*. Obtenido de Incoterms: Que es Incoterm FCA: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/122-que-es-incomterm-fca>
- INTI. (2010). *INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGIA INDUSTRIAL*. Obtenido de DIAGRAMA DE FLUJO: [https://www.inti.gob.ar/atp/pdf/cuadernilloDulcedeLeche\\_2Edic.pdf](https://www.inti.gob.ar/atp/pdf/cuadernilloDulcedeLeche_2Edic.pdf)
- ISA. (2017). *ISA*. Obtenido de POLITICAS DE UNA EMPRESA: <http://www.isa.co/es/nuestra-compania/Paginas/default.aspx>
- MANJAR DIET. (2017). *MANJAR DIET*. Obtenido de MANJAR DIET: <http://www.manjardiet.com/>
- MAPAS MUNDIALES. (2013). *MAPAS MUNDIALES*. Obtenido de MAPAS MUNDIALES: <http://espanol.mapsofworld.com/continentes/norte-america/estados-unidos/nueva-york.html>
- MAPAS MUNDIALES. (2015). *MAPAS MUNDIALES*. Obtenido de MAPAS MUNDIALES: <http://espanol.mapsofworld.com/continentes/norte-america/estados-unidos/nueva-york.html>

MARKETING Y CONSUMO. (2012). *MARKETING Y CONSUMO*. Obtenido de ESTRATEGIA DE SEGMENTACION: <http://marketingyconsumo.com/estrategias-de-segmentacion.html>

Ministerio de la Produccion. (Octubre de 2015). Obtenido de Crece MYPE: <http://www.crecemype.pe/portal/index.php/saca-tu-ruc/elige-tu-regimen-tributario>

Ministerio de Produccion. (octubre de 2015). Obtenido de Crece MYPE: <http://www.crecemype.pe/portal/index.php/icomu-formar-tu-empresa/como-persona-juridica>

MINSA. (2016). *MINISTERIO DE SALUD*. Obtenido de CUADRO DE ASIGNACION DE PERSONAL: [ftp://ftp2.minsa.gob.pe/normaslegales/2016/RM\\_704-2016-MINSA-mod.pdf](ftp://ftp2.minsa.gob.pe/normaslegales/2016/RM_704-2016-MINSA-mod.pdf)

MINTRA. (2010). *MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCION DE EMPLEO*. Obtenido de CONTRATO DE TRABAJO: [http://www.mintra.gob.pe/boletin/boletin\\_2\\_1.html](http://www.mintra.gob.pe/boletin/boletin_2_1.html)

MODELOFACTURA. (2017). *MODELO FACTURA*. Obtenido de MODELO FACTURA: <http://www.modelofactura.net/modelo-de-factura-pro-forma-para-word.html>

Moises Benigno de la Oliva Guillen, N. G. (2010). *Produccion y Exportacion de Derivados de la Tara*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

MTPE. (2016). *MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCION DE EMPLEO*. Obtenido de REGIMEN GENERAL Y REGIMEN ESPECIAL: [http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/DLT\\_formacion\\_la\\_boral.pdf](http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/informacion/TRABAJADORES/DLT_formacion_la_boral.pdf)

MUNICALLAO. (2016). *MUNICIPALIDAD DEL CALLAO*. Obtenido de REQUISITOS DE FUNCIONAMIENTO: <http://www.municallao.gob.pe/index.php>

MYFITNESSPAL. (2016). *MYFITNESSPAL*. Obtenido de PROPIEDADES NUTRICIONALES: <http://www.myfitnesspal.com/food/calories/357637362>

NACIONESUNIDAS. (2011). *NACIONES UNIDAS*. Obtenido de CONTRATO DE COMPRA Y VENTA INTERNACIONAL: <https://www.uncitral.org/pdf/spanish/texts/sales/cisg/V1057000-CISGS.pdf>

NUTELLA. (2015). *NUTELLA*. Obtenido de HISTORIA DE LA NUTELLA: <https://www.nutella.com/es/es/historia>

OCW. (2005). *OCW*. Obtenido de ESTRUCTURA DE EMPRESA: [http://ocw.ub.edu/documentacio/teoria-i-sistemes-dinformacio/fitxers/tema-4/Estructura\\_Empresa.pdf](http://ocw.ub.edu/documentacio/teoria-i-sistemes-dinformacio/fitxers/tema-4/Estructura_Empresa.pdf)

OFICINA DE POBLACION DIPLOMATICA. (2017). *OFICINA DE POBLACION DIPLOMATICA*. Obtenido de FICHA PAIS:  
[http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/estadosunidos\\_ficha%20pais.pdf](http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/estadosunidos_ficha%20pais.pdf)

ONP. (2016). *OFICINA DE NORMALIZACION PREVISIONAL*. Obtenido de PENSIONES DE JUBILACION:  
[https://www.onp.gob.pe/Servicios/quiero\\_pension/tipos\\_pensiones\\_requisitos/inf/pensiones\\_jubilacion](https://www.onp.gob.pe/Servicios/quiero_pension/tipos_pensiones_requisitos/inf/pensiones_jubilacion)

OSC. (2014). *STATE NEW YORK*. Obtenido de ECONOMICA QUEENS:  
[https://www.osc.state.ny.us/osdc/rpt9-2014\\_SP.pdf](https://www.osc.state.ny.us/osdc/rpt9-2014_SP.pdf)

PERUPAC. (2017). *PERUPAC*. Obtenido de EMPAQUES: <http://perupac.com.pe/web/productos/>

PROINVERSION. (Agosto de 2015). *PROINVERSION*. Obtenido de  
[http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/MOXI\\_LEY\\_30056/ley30056.pdf](http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/MOXI_LEY_30056/ley30056.pdf)

PROMEXICO. (2010). *PROMEXICO*. Obtenido de COTIZACION INTERNACIONAL:  
<http://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/ComoDeterminarElPrecioDeExportacion.pdf>

PROMO NEGOCIOS. (2012). *PROMO NEGOCIOS*. Obtenido de CANALES DE DISTRIBUCION:  
<https://www.promonegocios.net/distribucion/tipos-canales-distribucion.html>

PROMPERU. (2011). Obtenido de SIICEX:  
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/285080533rad9FE8D.pdf>

PROMPERU. (2013). *Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo*. Obtenido de REGIMEN ADUANERO:  
<http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=F7D68802-E27A-4B9C-B2E0-9544590C17D7.PDF>

PURO MARKETING. (2015). *PURO MARKETING*. Obtenido de ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION:  
<http://puromarketing-germanvelasquez.blogspot.pe/2015/09/estrategias-de-distribucion-plaza-en-la.html>

PYMEX. (2015). *PYMEX*. Obtenido de REGIMEN LABORAL ESPECIAL Y REGIMEN LABORAL GENERAL:  
<https://pymex.pe/pymes/estrategias-de-crecimiento/conoce-los-beneficios-del-regimen-laboral-especial-para-las-pymes>

RODRIGUEZ-GACHS. (2012). *RODRIGUEZ-GACHS*. Obtenido de FUJOGRAMA DE EXPORTACION:  
<https://es.slideshare.net/jontxu01/regimen-exportador-peru>

Rodriguez-Gachs, J. P. (Junio de 2012). Obtenido de Regimen aduanero de Exportacion:  
<http://es.slideshare.net/jontxu01/regimen-exportador-peru>

Salud, dinero y amor. (11 de Diciembre de 2007). *Salud, dinero y amor*. Obtenido de Tara: Cura La Amigdalitis Y Fiebre, Es Cicatrizante Y Evita La Caída Del Cabello, Entre Otras Virtud: <https://plantitas.wordpress.com/2007/12/11/tara-cura-la-amigdalitis-y-fiebre-es-cicatrizante-y-evita-la-cada-del-cabello-entre-otras-virtud/>

Sánchez, N. Q. (04 de Febrero de 2015). Obtenido de Oportunidades comerciales en EEUU: <http://www.prompex.gob.pe/miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=66B5412D-9CED-4021-90AE-608A80E35232.PDF>

SANTANDER TRADE. (2016). *SANTANDER TRADE*. Obtenido de POLITICA Y ECONOMIA: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>

SEARATES. (2017). *SEARATES*. Obtenido de PROCESO DE PALETZADO: <https://www.searates.com/es/reference/stuffing/>

SIICEX. (2008). Obtenido de Ficha Producto: Tara: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/fichaproducto/tara.pdf>

SIICEX. (2010). *SISTEMA INTEGRADO DE COMERCIO EXTERIOR*. Obtenido de MARCADO Y ETIQUETADO: [http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req\\_usa.pdf](http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req_usa.pdf)

SIICEX. (2012). *SISTEMA INTEGRAL DE INFORMACION DE COMERCIO EXTERIOR*. Obtenido de CONTRATO DE COMPRA VENTA INTERNACIONAL: [www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/469767587radC713A.doc](http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/469767587radC713A.doc)

SIICEX. (2014). Obtenido de SIICEX: MARKETING INTERNACIONAL: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/capacitacion/2014-Puntos%20criticos%20en%20proceso%20exportacion.pdf>

SIICEX. (Junio de 2015). Obtenido de SIICEX REPORTE: [http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?\\_page\\_=480.47900](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=480.47900)

SIICEX. (septiembre de 2015). Obtenido de SIICEX: [www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/469767587radC713A.doc](http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/469767587radC713A.doc)

SIICEX. (2016). *SISTEMA INTEGRADO DE FORMACION DE COMERCIO EXTERIOR*. Obtenido de EMPRESAS EXPORTADORAS PERUANAS: [http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?\\_page\\_=172.17100&\\_portletid\\_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc\\_fp\\_init&pproducto=%201901902000%20&pnomproducto=%20HARINA%20LACTEADA](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=%201901902000%20&pnomproducto=%20HARINA%20LACTEADA).

SOLEMSAC. (2016). *SOLUCIONES DE EMPAQUE*. Obtenido de FRASCOS: <http://solemsac.com/index.php/alimentos/alimentos-444-cc.html>

- SUNARP. (2015). *SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE LOS REGISTROS PUBLICOS*. Obtenido de CONSTITUCION DE UNA EMPRESA:  
[https://sid.sunarp.gob.pe/sid/recursos/Requisitos/requisitos\\_para\\_el\\_cumplimiento.pdf](https://sid.sunarp.gob.pe/sid/recursos/Requisitos/requisitos_para_el_cumplimiento.pdf)
- SUNAT. (2014). *SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADUANAS Y DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA*. Obtenido de GESTION ADUANERA:  
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/capacitacion/2014-15Exportacion%20definitva%20-SUNAT4.pdf>
- SUNAT. (2015). *Superintendencia Nacional de Administracion Tributaria*. Obtenido de TRATAMIENTO ARANCELARIO POR SUBPARTIDA NACIONAL:  
<http://www.aduanet.gob.pe/servlet/AIScrollini?partida=808100000>
- SUNAT. (2016). *SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA*. Obtenido de TRATAMIENTO ARANCELARIO POR SUBPARTIDA NACIONAL:  
<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/gja-03.htm>
- TRADEMAP. (Agosto de 2015). Obtenido de TRADEMAP:  
[http://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvpm=3||||140490|||6|1|1|1|2|1|2|1|1](http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3||||140490|||6|1|1|1|2|1|2|1|1)
- TRADEMAP. (2015). *INTERNATIONAL TRADE CENTRE*. Obtenido de LISTA DE EXPORTACIONES PARA LA PARTIDA 190190:  
[http://www.trademap.org/Country\\_SelProduct.aspx?nvpm=3||||190190|||6|1|1|2|1|1|2|1|1](http://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3||||190190|||6|1|1|2|1|1|2|1|1)
- TRADEMAP. (2016). *INTERNATIONAL TRADE CENTRE*. Obtenido de LISTA DE PRODUCTOS EXPORTADOS A ESTADOS UNIDOS:  
[http://www.trademap.org/Product\\_SelCountry\\_MQ\\_TS.aspx?nvpm=3|842||||190190|||6|1|1|2|2|3|1|1|1](http://www.trademap.org/Product_SelCountry_MQ_TS.aspx?nvpm=3|842||||190190|||6|1|1|2|2|3|1|1|1)
- TURISMOSNEW YORK. (2014). *TURISMO NEW YORK*. Obtenido de INFORMACION QUEENS:  
<http://www.turismonuevayork.com/queens/>
- U.S. Food and Drug Administration. (2015). Obtenido de <http://www.fda.gov/>
- ULINE. (2016). *ULINE*. Obtenido de CAJAS PARA FRASCOS: [https://es.uline.mx/BL\\_29/Canning-Jar-Boxes](https://es.uline.mx/BL_29/Canning-Jar-Boxes)
- UNSTATS. (2009). *UNITED NATIONS STATISTICS DIVISION*. Obtenido de CIIU:  
[https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesM/seriesm\\_4rev4s.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesM/seriesm_4rev4s.pdf)
- USA Center. (2015). Obtenido de The USA Online: <http://www.theusaonline.net/>
- USITC. (2017). *UNITED STATESINTERNATIONAL TRADE COMMISSION*. Obtenido de HARMONIZED TARIFF SCHEDULE OF THE UNITED STATES: [www.usitc.gov](http://www.usitc.gov)

VIMELPLAST GROUP. (2016). *VIMELPLAST GROUP*. Obtenido de FRASCO DE VIDRIO:  
[www.vimelplast.com.pe](http://www.vimelplast.com.pe)

WebMD. (2015). *WebMD*. Obtenido de Drugs & Medications Search:  
<http://www.webmd.com/drugs/condition-1752-Sore%20Throat.aspx?diseaseid=1752&diseasename=Sore+Throat>