



**UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**“EXPORTACION DE HARINA DE QUINUA AL MERCADO DE FLORIDA -  
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA”**

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

**PRESENTADO POR**

**Bach. PARILLO HUAMANI FREDDY  
<https://orcid.org/0000-0002-5226-2032>**

**ASESOR**

**DR FREDDY WILLIAM CASTILLO PALACIOS  
<https://orcid.org/0000-0001-5815-6559>**

**LIMA – PERÚ  
2022**



## **DEDICATORIA**

A mis queridos padres: Félix y Yolanda, quienes con su esfuerzo, paciencia y amor me han ayudado a cumplir un sueño más, mil gracias por inculcarme el ejemplo de esfuerzo y perseverancia, de no temer las adversidades ya que Dios está siempre conmigo.

A mis hermanos Luis Alfredo y Rene y en especial a mi novia Marisol, por su apoyo incondicional, durante todo este tiempo. A toda mi familia porque con sus consejos y palabras de aliento me hicieron una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

## **AGRADECIMIENTO**

Mis maestros, de la vida universitaria, quienes con sus conocimientos y la catedra mostrada, hicieron que amara mi carrera... ¡ADMINISTRACION!

A mi asesor, que gracias a él me volvió a motivar la pasión por mi carrera y el deseo de seguir aprendiendo más cada día.

A mi Universidad Alas Peruanas que fue el lugar donde me acogieron y me formaron profesionalmente.

## INTRODUCCION

El contexto en que se desarrolla la comercialización y exportación de la quinua es favorable ya que existe una demanda internacional que crece considerablemente año tras año, son 79 países de destino a los que se exportó quinua durante los primeros ocho meses del 2021, siendo Estados Unidos el de mayor participación con envíos valorizados por US\$ 24.9 millones (38.2%), seguido por Canadá con US\$ 6.2 millones (9.5%) y Países Bajos con US\$ 3.8 millones (5.9%); estos tres países comprenden el 53.6% del mercado total, la promoción que se realiza en el exterior se viene dando de manera intensiva, tal es así que en el año 2013 la Asamblea General de las Naciones Unidas declaró dicho periodo como “Año Internacional de la Quinua”; haciendo que el producto y sus propiedades nutritivas se conozca más en otros países . (Unidad de Inteligencia Comercial S.S.E. 2019)

Sin duda, la quinua mantendrá un ritmo de crecimiento significativo lo que le da un gran potencial para seguir posicionándose en diferentes mercados.

Por ello en este Plan de Negocios se analizará el comportamiento del consumidor, la cadena de distribución y las presentaciones y variedades del producto hacia el principal mercado de exportación: Florida - Estados Unidos.

## **RESUMEN**

El presente proyecto tiene como finalidad analizar la viabilidad de realizar un proyecto de exportación de Harina de Quinoa Orgánica al mercado de La Florida en Estados Unidos, abarcamos todos los temas importantes referentes a la exportación de nuestro producto.

Nuestra empresa llevara por nombre Incas Gold, en referencia a que el grano de la quinoa es o era el verdadero oro con el que los Incas contaban, ya que es una fuente muy rica en proteínas y minerales. Incas Gold será una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, cuyo fundador es Freddy Parillo Huamani. Estaremos inscritos en el Régimen Mype, nuestro régimen tributario será el Mype Tributario.

El rubro al que pertenecemos es el de la agroindustria y nuestro mercado objetivo es el internacional, buscamos satisfacer la amplia demanda insatisfecha de Súper Alimentos existentes en el mercado de Estados Unidos. Nuestro producto es producido en el corazón del Cusco, Capital del imperio de los Incas, nuestros proveedores cuentan con certificación de producto orgánico y todos nuestros procesos de producción también contarán con las certificaciones necesarias que garantizan que Incas Gold ofrece productos de alta calidad con empaques llamativos y funcionales.

Nuestros clientes se encuentran en el Estado de Florida en EE.UU. el segmento elegido son las personas mayores de 18 años, que consumen súper alimentos para cuidar su salud, actualmente nuestro país es el principal exportador de este producto y derivados por lo que nuestra competencia son las empresas agroexportadoras de nuestro país, que, según las estadísticas de estos últimos años, son solo 5 las principales empresas exportadoras de nuestro producto.

Nuestro producto será cultivado por una Asociación de productores que se encuentra en el distrito de Colquemarca, provincia de Chumbivilcas, quienes cuentan con certificación de producto orgánico vigente, ellos nos proveerán de la materia prima, según nuestras proyecciones esta entrega será en tres partes la primera parte en el mes de abril, la segunda en el mes de mayo y la última en el mes de junio. Nosotros nos encargaremos de todo el proceso de producción en nuestras instalaciones ubicadas en el distrito de Colquemarca, subcontrataremos los servicios externos de un Community Manager, un contador y de un agente de ventas o bróker, quien se encargará de colocar el producto en el mercado seleccionado.

Para poder iniciar con nuestro proyecto estimamos una inversión inicial en activos tangibles e intangibles de S/.40,818.20 y capital de trabajo de S/.286,550.79, haciendo un total de S/.327,368.99, el punto de equilibrio en unidades vendidas es de 5,538 y en soles es de S/.101,021, la rentabilidad de la empresa en términos de VANE es de S/.1,189,458.53, el VANF es de S/.1,675,880.80, el TIRE es 136.23%, el TIRF es de 871.21%.

Para que la empresa Incas Gold, pueda diferenciarse de la competencia, contara con certificaciones de productos orgánicos y de otras certificaciones como KOSHER, Libre de Gluten, Certificado de Comercio Justo, además contaremos con la Marca Perú, nuestros empaques son diferentes al de la competencia, ya que son más atractivos visualmente y son más prácticos.

### Figura 1

Resumen de etapas de producción de la quinua.



**Nota.** En la imagen vemos las etapas del cultivo del grano de quinua. Fuente es S.S.E. 2019

En la figura podemos apreciar, cuales son las etapas de cultivo del grano de la quinua, desde el proceso de la siembra hasta el almacenamiento.



## Índice de Contenido

I	PLANEAMIENTO ESTRATEGICO.....	16
1.1	Formulación de idea de negocio.....	16
1.2	Descripción de la empresa.....	18
1.3	Perfil de la empresa.....	20
1.4	Misión.....	21
1.5	Visión.....	21
1.6	Valores.....	21
1.7	El producto.....	23
1.8	Matriz FODA.....	24
1.9	Objetivos estratégicos generales.....	27
1.10	Modelo Canvas.....	27
II	DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO.....	29
2.1	Análisis del micro entorno.....	29
2.1.1	Poder de negociación de los clientes.....	30
2.1.2	Poder de negociación de los proveedores.....	31
2.1.3	Amenaza de nuevos competidores entrantes.....	32
2.1.4	Amenaza de productos sustitutos.....	33
2.1.5	Rivalidad entre los competidores.....	34
2.2	Análisis del macro entorno.....	38
2.2.1	Fuerzas Gubernamentales, Legales y Políticas (P).....	38
2.2.2	Fuerzas económicas y financieras (E).....	39
2.2.3	Fuerzas Demográficas y culturales (S).....	41
2.2.4	Fuerzas tecnológicas y científicas (T).....	43
2.2.5	Fuerzas ecológicas y ambientales (E).....	43
III	ESTUDIO DE MERCADO.....	44
3.1	Oferta.....	44
3.1.1	Análisis de la oferta nacional.....	45
3.1.2	Análisis de la oferta internacional.....	54
3.2	Demanda.....	55
3.2.1	Selección del mercado internacional.....	55
3.2.2	Análisis de la demanda.....	60

3.2.3	Determinación de la demanda.....	64
3.2.4	Demanda potencial.....	65
IV	PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.....	67
4.1	Mercado.....	67
4.1.1	Segmentación Demográfica.....	68
4.1.2	Segmentación Socioeconómica.....	69
4.1.3	Segmentación conductual.....	70
4.2	Marketing Mix.....	71
4.2.1	Producto.....	71
4.2.2	Precio.....	75
4.2.3	Plaza o distribución.....	78
4.2.4	Promoción.....	87
V	PLAN TÉCNICO.....	93
5.1	Localización de la empresa.....	93
5.1.1	Macro localización de la empresa.....	93
5.1.2	Micro localización de la empresa.....	96
5.2	Tamaño del negocio.....	99
5.2.1	Layout.....	99
5.3	Necesidades.....	101
5.3.1	Maquinas, equipos y utensilios.....	101
5.3.2	Mano de obra directa y personal administrativo.....	115
5.3.3	Materia prima.....	117
5.3.4	Mobiliario y materiales de oficina.....	118
5.4	Costos.....	119
5.4.1	Costos Variables.....	119
5.4.2	Costos Fijos.....	121
5.5	Proceso de producción u operación.....	123
5.5.1	Recepción y acopio.....	123
5.5.2	Pesado y verificación del producto.....	124
5.5.3	Proceso de Molienda.....	124
5.5.4	Envasado y pesado.....	124
5.5.5	Verificación del contenido.....	125
5.5.6	Empaquetado y sellado.....	125
5.5.7	Consolidado y paletizado.....	126
5.6	Certificaciones necesarias.....	129

5.6.1	Certificaciones obligatorias .....	129
5.6.2	Certificaciones voluntarias.....	141
5.7	Impacto en el medio ambiente.....	146
5.8	Plan Organizacional y Recursos Humanos .....	147
5.8.1	Organigrama .....	147
5.8.2	Manual de Funciones .....	149
VI	PLANIFICACIÓN FINANCIERA.....	154
6.1	Inversiones .....	154
6.1.1	Activos Tangibles .....	154
6.1.2	Activos Intangibles .....	156
6.1.3	Capital de trabajo .....	156
6.1.4	Financiamiento de la inversión .....	158
6.2	Ingresos y egresos .....	158
6.2.1	Tipo de Cambio.....	162
6.3	Deuda .....	162
6.4	Flujo de caja .....	165
6.5	Evaluación económica y financiera.....	167
6.5.1	Valor Actual Neto .....	167
6.5.2	Tasa Interna de Retorno .....	167
6.5.3	Punto de Equilibrio .....	168
6.6	Estados financieros proyectados .....	168
6.6.1	Balance General .....	169
6.6.2	Estado de Ganancias y pérdidas.....	170
VII	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	171
7.1	Conclusiones .....	171
7.2	Recomendaciones.....	174
7.3	Bibliografía.....	175

## Indice de Tablas

<b>Tabla 1</b> Nomenclatura arancelaria otros productos elaborados a partir de la quinua .....	17
<b>Tabla 2</b> Características de la Harina de Quinua .....	24
<b>Tabla 3</b> Matriz FODA cruzado .....	26
<b>Tabla 4</b> <i>Principales indicadores económicos de Estados Unidos</i> .....	41
<b>Tabla 5</b> Produccion, superficie y rendimiento de la quinua, 2015 – 2020 .....	44
<b>Tabla 6</b> Producción mensual de la quinua al 2019 / 2020 (toneladas) .....	48
<b>Tabla 7</b> Produccion, superficie y rendimiento de la quinua, 2015 – 2020 .....	50
<b>Tabla 8</b> Exportadores de quinua (2015 – 2019) millones de US\$ FOB .....	55
<b>Tabla 9</b> Exportación de quinua y derivados el 2020 .....	61
<b>Tabla 10</b> Lista de clientes de Estados Unidos por volumen de compra.....	62
<b>Tabla 11</b> Clasificación del mercado potencial.....	64
<b>Tabla 12</b> Proyección de la demanda de Harina de Quinua para los 5 años .....	66
<b>Tabla 13</b> Relación entre población del Estado de Florida y EE.UU .....	68
<b>Tabla 14</b> Relacion de tipos de raza existentes en el Estado de Florida y EE.UU ....	69
<b>Tabla 15</b> Ponderación de Factores de macro localización.....	94
<b>Tabla 16</b> Significado de la Puntuación.....	94
<b>Tabla 17</b> Evaluación de los factores de las alternativas de localización.....	95
<b>Tabla 18</b> Ponderación de Factores micro localización.....	97
<b>Tabla 19</b> Significado de la Puntuación.....	97
<b>Tabla 20</b> Evaluación de los factores de las alternativas de micro localización .....	97
<b>Tabla 21</b> Capacidad instalada de la producción de harina de quinua.....	99
<b>Tabla 22</b> Personal requerido.....	116
<b>Tabla 23</b> Mobiliario y materiales requeridos .....	118
<b>Tabla 24</b> Resumen de costos variables .....	120
<b>Tabla 25</b> Costos variables proyectados por año .....	120
<b>Tabla 26</b> Proyección de Gastos de Ventas.....	121
<b>Tabla 27</b> Planilla de personal en planilla, bajo el régimen Mype .....	121
<b>Tabla 28</b> Resumen de costos fijos.....	123
<b>Tabla 29</b> Resumen de activos tangibles .....	155
<b>Tabla 30</b> Resumen de Activos intangibles .....	156

<b>Tabla 31</b> Resumen del capital de trabajo.....	157
<b>Tabla 32</b> Resumen de las inversiones .....	157
<b>Tabla 33</b> Depreciación proyectada por año .....	158
<b>Tabla 34</b> Financiamiento del proyecto .....	158
<b>Tabla 35</b> Resumen de proyección de ingresos por mes .....	160
<b>Tabla 36</b> Resumen de proyección de ingresos por año.....	160
<b>Tabla 37</b> Costo total de producción del proyecto .....	161
<b>Tabla 38</b> Resumen de ingresos y egresos.....	161
<b>Tabla 39</b> Amortización del préstamo.....	163
<b>Tabla 40</b> Flujo de caja.....	166
<b>Tabla 43</b> Punto de Equilibrio .....	168
<b>Tabla 41</b> Balance Inicial.....	169
<b>Tabla 42</b> Estado de ganancias y perdidas .....	170

### **Índice de Figuras**

<b>Figura 1</b> Resumen de etapas de producción y características de la quinua.....	viii
<b>Figura 2</b> Principales impulsores de la demanda y consumo de granos andinos. ....	18
<b>Figura 3</b> Logo de la empresa Incas Gold.....	19
<b>Figura 4</b> Quinua en grano y en harina .....	19
<b>Figura 5</b> Ubicación geográfica de la Provincia de Chumbivilcas .....	20
<b>Figura 6</b> Agricultora de la zona de Chumbivilcas .....	22
<b>Figura 7</b> Modelo Canvas .....	28
<b>Figura 8</b> 5 Fuerzas de Porter.....	29
<b>Figura 9</b> Asociación de productores de Quinua.....	31
<b>Figura 10</b> Cooperativa de productores de Quinua.....	32
<b>Figura 11</b> Productos sustitutos de la harina de quinua.....	33
<b>Figura 12</b> Logo de la empresa Fructus Terrum .....	35
<b>Figura 13</b> Logo de la empresa Osho .....	36
<b>Figura 14</b> Logo de la empresa Villa Andina.....	37
<b>Figura 15</b> Logo de la empresa Imex Futura.....	38
<b>Figura 16</b> Integración de la población de Florida por Etnias.....	42
<b>Figura 17</b> Exportaciones mundiales de quinua en grano 2020.....	45

<b>Figura 18</b> Proceso del cultivo de la quinua.....	46
<b>Figura 19</b> Producción, superficie y rendimiento de la quinua, 2015 - 2019 .....	47
<b>Figura 20</b> Calendario de cosechas de la quinua a nivel nacional.....	49
<b>Figura 21</b> Participación regional de la quinua al 2020 .....	51
<b>Figura 22</b> Intenciones de siembra de quinua del 2019 al 2020 .....	52
<b>Figura 23</b> Evolución de las exportaciones en kilos de las empresas peruanas entre los años 2019 hasta el 2021 .....	53
<b>Figura 24</b> Ranking de países con mayor demanda de quinua .....	56
<b>Figura 25</b> Ubicación del estado de Florida dentro del país norteamericano.....	57
<b>Figura 26</b> Documentos necesarios para la exportación.....	59
<b>Figura 27</b> Tiendas gourmet .....	59
<b>Figura 28</b> Locales especializados en productos orgánicos .....	60
<b>Figura 29</b> Niveles socioeconómicos en Estados Unidos .....	70
<b>Figura 30</b> Presentación de 16 onzas de la Harina de Quinua (454 gramos).....	72
<b>Figura 31</b> Logo de la empresa Incas Gold.....	73
<b>Figura 32</b> Etiqueta de factores nutricionales de nuestro producto.....	74
<b>Figura 33</b> Variación de precios FOB por kilo en los últimos 12 meses hacia Estados Unidos.....	75
<b>Figura 34</b> Precio de la quinua en el mundo, mayo 2021 .....	76
<b>Figura 35</b> Harina de quinua en circulación en Estados Unidos .....	77
<b>Figura 36</b> Harina de quinua en circulación del Estados Unidos .....	77
<b>Figura 37</b> Posibles combinaciones entre calidad precio.....	78
<b>Figura 38</b> Organic food brokers.....	81
<b>Figura 39</b> Canal de distribución a utilizar.....	81
<b>Figura 40</b> Principales Puertos del sur de Florida.....	82
<b>Figura 41</b> Cuadro de Costos y duración de Exportación marítima .....	83
<b>Figura 42</b> Ruta de Perú a Miami vía marítima .....	84
<b>Figura 43</b> Cotización del flete marítimo .....	84
<b>Figura 44</b> Detalles de la cotización.....	85
<b>Figura 45</b> Desglose de la carga.....	86
<b>Figura 46</b> Diseño de nuestra página web .....	87
<b>Figura 47</b> Logo de la Feria virtual BioFach 2020 .....	88
<b>Figura 48</b> Calendario de Ferias de alimentos orgánicos en Estados Unidos, USA ..	89
<b>Figura 49</b> Feria virtual para realizar negocios .....	92

<b>Figura 50</b> .....	98
<b>Figura 51</b> Instalaciones de la Empresa .....	100
<b>Figura 52</b> Molino de granos .....	102
<b>Figura 53</b> Balanza Electrónica.....	103
<b>Figura 54</b> Balanza para gramos y onzas .....	104
<b>Figura 55</b> Impresora portátil .....	105
<b>Figura 56</b> Plataforma de compra de la impresora portátil.....	106
<b>Figura 57</b> Funciones de la impresora portátil .....	106
<b>Figura 58</b> Maquina selladora de empaques .....	107
<b>Figura 59</b> Mesas de trabajo .....	108
<b>Figura 60</b> Utensilios diversos .....	109
<b>Figura 61</b> Bolsas Ziplock para embolsar la harina.....	111
<b>Figura 62</b> Empresa proveedora de los empaques.....	111
<b>Figura 63</b> Modelo de caja de empaque .....	113
<b>Figura 64</b> Stickers de seguridad para sellar las cajas .....	114
<b>Figura 65</b> Cajas para paletizar los envíos .....	115
<b>Figura 66</b> Logo de la empresa proveedora de las cajas de cartón.....	115
<b>Figura 67</b> Modelo del paletizado de cajas .....	127
<b>Figura 68</b> Flujograma del proceso de producción .....	128
<b>Figura 69</b> Logo del certificado de producto orgánico.....	131
<b>Figura 70</b> Datos de contacto de la empresa certificadora en Perú.....	133
<b>Figura 71</b> Pasos previos para un primer registro de una instalación ante la FDA .	135
<b>Figura 72</b> Modelo del certificado de origen.....	137
<b>Figura 73</b> Modelo de etiquetado aceptado en EE.UU. ....	140
<b>Figura 74</b> Logos de las certificaciones libre de gluten .....	143
<b>Figura 75</b> Logo de la certificación de comercio justo.....	144
<b>Figura 76</b> Logo de la marca Perú .....	146
<b>Figura 77</b> Organigrama estructural de la empresa Incas Gold .....	148

# I PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

## 1.1 Formulación de idea de negocio

El crecimiento de la demanda de la quinua a nivel nacional e internacional nos da una oportunidad para poder desarrollarnos económicamente ya que aún existe una gran demanda insatisfecha por parte de los consumidores.

Además, consideramos lo siguiente:

- La población de estados unidos viene sufriendo un envejecimiento que genera el interés por reducirlo.
- Los medios vienen incrementando el interés referente al impacto en la salud que genera el uso de pesticidas, hormonas, productos transgénicos, preservantes, y demás presentes en los productos agrícolas.
- La actualización en las políticas gubernamentales y el Programa Nacional Orgánico están dando prioridad a la producción e incrementando la seguridad de los compradores hacia los productos de origen orgánicos.



**Tabla 1**

*Nomenclatura arancelaria otros productos elaborados a partir de la quinua*

Grano de Quinua:	1008.50.10.00 Para siembra
	1008.90.29.00 Los demás (excepto para siembra)
Harina:	1102.90.00.00 Las demás harinas de cereales; excepto trigo y de morcajo o tranquillon
	1104.19.00.00 Granos aplastados o en coposos, de los demás cereales, excepto el arroz
Hojuelas:	1904.90.00.00 Cereales en granos pre cocidos o preparados de otra forma
Pop:	1904.10.00.00 Productos a base de cereales, obtenidos por inflado o tostado
Quinua pre cocida:	2106.90.90.00 Las demás preparaciones alimenticias diversas

*Nota. Datos extraídos de Sunat (2021)*

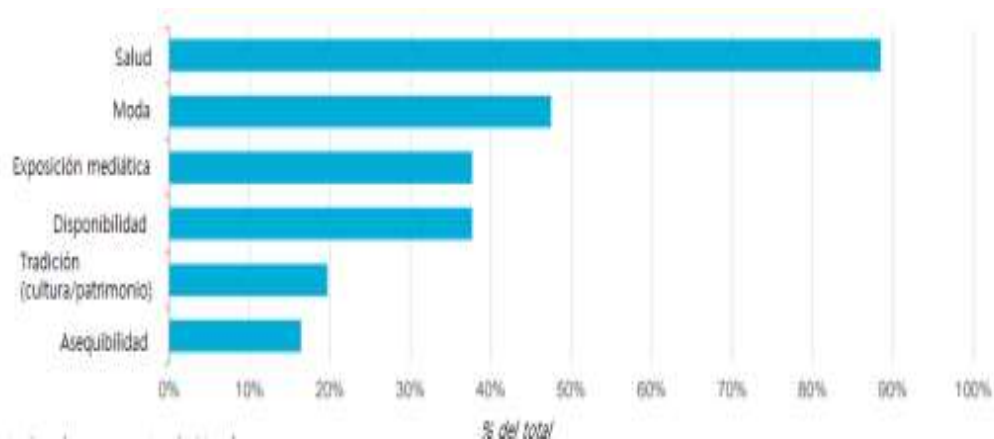
En la tabla 1 podemos ver las diferentes partidas arancelarias que tiene la quinua y sus derivados.

La principal motivación que nos genera desarrollar el presente proyecto, es el aumento de la demanda de bebidas y alimentos sanos, esto gracias a que las proyecciones de incremento de población para el año 2050, nos dice que en el mundo serán 9.700 millones de habitantes y para el 2100 se tendrían 11.200 millones de habitantes (Unidad de Inteligencia Comercial S.S.E. 2019)

Como se observa en la Figura 2, existen factores concluyentes que estimulan la demanda y el consumo de los súper alimentos, siendo el más importante la salud, sin embargo, es también significativo la opción “Moda”

**Figura 2**

Principales impulsores de la demanda y consumo de granos andinos.



*Nota.* Euromonitor Internacional. Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial – SSE.

En otra investigación a cargo de New Hope Network, nos dice que existe un 67 % de población en los Estados Unidos, que informa que la salud se convirtió en su prioridad desde que la pandemia empezó y optaron en mejorar sus hábitos alimenticios, eligiendo alimentos más saludables y que sean sustentables, esto en una encuesta llevada a cabo el año 2021.

## 1.2 Descripción de la empresa

Nuestra empresa lleva por nombre “INCA’S GOLD” que significa el “Oro de los Incas” ya que los Incas sabían del alto valor nutricional que tiene la quinua y este viene siendo el verdadero Oro de los Incas.

**Figura 3**  
*Logo de la empresa Incas Gold*



*Nota. Elaboración propia*

Nosotros nos encargamos del acopio de la Quinua Orgánica a la Asociación productora de quinua orgánica “Llankasunchis Wayquey” ubicada en el distrito de Colquamarca, provincia de Chumbivilcas, departamento de Cusco.

Incas Gold, se encarga de la comercialización y exportación de la harina de Quinua orgánica, en presentaciones de 16 onzas (454 gramos) al mercado de Estados Unidos.

**Figura 4**  
*Quinua en grano y en harina*



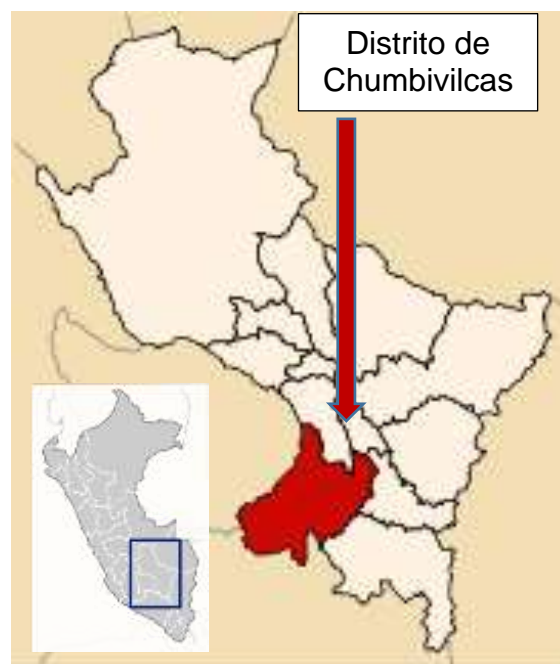
*Nota. Elaboración propia*

### 1.3 Perfil de la empresa

Nuestra empresa lleva por nombre “INCAS GOLD”, que será una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, que se ubicara en el distrito de Colquemarca, Provincia de Chumbivilcas, departamento de Cusco, nuestra empresa contara con 6 colaboradores para nuestra primera etapa, nos encontramos en el rubro de las Agro exportaciones y estaremos registrados en el REMYPE, según nuestras proyecciones estaremos clasificados como una Pequeña empresa, ya que nuestras ventas superan las 150 UITs y nuestro régimen tributario será el Mype Tributario, ya que solo pagaremos el 1.5% de impuesto a la renta como pago a cuenta mensual, 18% anual.

#### Figura 5

*Ubicación geográfica de la Provincia de Chumbivilcas*



*Nota.* Ubicación de la provincia de Chumbivilcas dentro del departamento de Cusco.

Fuente: Wikipedia

## 1.4 Misión

“Somos una empresa cusqueña comercializadora de productos agrícolas andinos de calidad, para la satisfacción de un público exclusivo y exigente, utilizando productos orgánicos y revalorando lo nuestro”

## 1.5 Visión

“Al 2027 ser una empresa agroexportadora líder de productos agrícolas de la región Cusco, reconocida por su excelente calidad y generando en nuestros clientes un grado máximo de satisfacción”

## 1.6 Valores

- a) **Identidad.** En nuestra empresa valoramos el legado que nos heredaron nuestros antepasados. Los Incas, fueron una gran cultura que domino gran parte de Sudamérica, poseían grandes conocimientos en diversos temas y uno de ellos fue la agricultura, sabían del gran valor nutricional que posee la quinua y perfeccionaron el proceso de cultivo de este grano.
- b) **Calidad,** En Incas Gold, creemos que lo más importante es la calidad de nuestros productos, pasando desde la obtención de la materia prima hasta el proceso de producción.
- c) **Competitividad,** En estos tiempos en que la globalización es parte de nosotros, en nuestra empresa nos preparamos para competir en un mercado exigente,

ofreciendo procesos productivos y gestión acorde al mercado internacional.

d) **Orientación al cliente**, Nosotros basamos todo nuestro esfuerzo y trabajo en ofrecer a nuestros clientes el mejor producto con altos estándares de calidad y un servicio post venta, enfocado en satisfacer sus expectativas y con la finalidad de fidelizar a nuestros clientes.

e) **Responsabilidad Social**, Nuestra empresa es consciente del alto impacto negativo que como sociedad generamos en nuestro entorno, en tal sentido nosotros trabajamos para que en nuestros procesos de producción y exportación se reduzca al mínimo el impacto ambiental, también apoyamos a que nuestro entorno poblacional se beneficie de nuestros logros, ofreciendo trabajo a la población local, entre otros programas destinados a mejorar su calidad de vida.

### Figura 6

*Agricultora de la zona de Chumbivilcas*



*Nota. Fuente PromPeru*

## **1.7 El producto**

La harina de Quinoa “INCAS GOLD”, es un producto de calidad, granos seleccionados, manteniendo así los más altos estándares nutricionales. Nuestro producto es 100% natural, sin preservantes, 100% Quinoa seleccionada, molida y envasada.

Producida a base de Quinoa Orgánica Certificada, rica en aminoácidos y minerales, para usarlo con, leche, sopas, batidos, en repostería y en todo lo que su imaginación desee.

*Un superalimento para el bienestar de toda su gran familia.*

**Tabla 2**  
*Características de la Harina de Quinua*

<b>NOMBRE DEL PRODUCTO</b>	HARINA DE QUINUA	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	Producto alimenticio obtenido mediante la transformación del grano en harina	
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</b> POR 100 GR MUESTRA	Carbohidratos	58.4
	Proteínas	23.5
	Humedad	2.9
	Grasas	11.7
	Cenizas	3.5
	% Kcal provenientes de Carbohidratos	54
% Kcal provenientes de Proteínas	21.7	
% Kcal provenientes de Grasas	24.3	
<b>PRESENTACION Y EMPAQUE</b>	Cajas de 16 onzas (454 gramos)	
<b>REGISTRO SANITARIO</b>	<b>En trámite</b>	
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	1102.90	
<b>CARACTERÍSTICAS ORGANOLÉPTICAS</b>	<b>NOMBRE CIENTIFICO</b>	
De color blanco, textura semi arenosa como cualquier harina , suave al paladar y aroma agradable.	Chenopodium quinoa	
<b>VIDA UTIL</b>	12 MESES	

*Nota.* La figura muestra las principales características de la harina de Quinua.

Fuente: elaboración propia.

## 1.8 Matriz FODA

### a) Fortalezas

1. Favorables condiciones para el desarrollo del cultivo.
2. Agricultores con experiencia en el cultivo.
3. Disponibilidad y bajo costo de mano de obra.
4. Rendimientos de las plantaciones, superiores a la media mundial.
5. Optimo proceso de maduración posterior



### **b) Oportunidades**

1. Incremento del consumo de la Quinoa a nivel mundial.
2. Alto potencial de penetración en el mercado de EEUU.
3. Tratamientos preferenciales arancelarios con EEUU.
4. Productores con débil organización y bajo poder de negociación.
5. Surgimiento de una nueva pandemia a nivel global, que impulse el alza del precio de alimentos.

### **c) Debilidades**

1. Dependencia de los productores agrícolas, al ser solo acopiadores.
2. Escaso nivel de inversiones, o capital económico.
3. Alta informalidad en la comercialización.
4. Altos costos de transporte interno y externo.
5. Deficiente infraestructura agrícola y vial

### **d) Amenazas**

1. Condiciones climáticas desfavorables (fenómeno del niño).
2. Suspensión de las preferencias arancelarias.
3. Presencia de plagas y enfermedades no controlables.
4. Mayor penetración de los competidores.
5. Incremento en el costo del flete marítimo.

**Tabla 3**  
Matriz FODA cruzado

<b>ANÁLISIS INTERNO</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	<b>ANÁLISIS EXTERNO</b>	1. Favorables condiciones para el desarrollo del cultivo. 2. Agricultores con experiencia en el cultivo. 3. Disponibilidad y bajo costo de mano de obra. 4. Rendimientos de las plantaciones, superiores a la media mundial. 5. Óptimo proceso de maduración posterior
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>FO</b>	<b>DO</b>
1. Incremento del consumo de la quinua a nivel mundial.	Incrementar el volumen de exportaciones para satisfacer las demandas de los mercados de EEUU. Y del mundo. F1, F2, F3, F4, F5 y O1, O2, O3	Con las ganancias generadas comprar campos de cultivo. D1 y O1, O2 y O3
2. Alto potencial de penetración en el mercado de EEUU.	Dar a conocer nuestros procesos de producción al mundo para incrementar nuestras ventas. F5 y O1	Incorporar tecnología agraria de EEUU para mejorar nuestros procesos. D2, O3
3. Tratamientos preferenciales arancelarios con EEUU.	Ampliar nuestra línea de productos para abarcar la demanda insatisfecha. F2, F3, F4 y O2, O3.	Incrementar el presupuesto en investigación y desarrollo de nuevos productos. D3 y O2
4. Productores con débil organización y bajo poder de negociación.	Aprovechar la demanda generada para capitalizarnos. F1, F2, F3, F4 y O5	Organizar a los productores para que puedan formalizarse e incentivar a la mejora continua. D4 y O4
5. Surgimiento de una nueva pandemia a nivel global, que impulse el alza del precio de alimentos.		Adquirir nuestra propia flota de transporte interno. D5 y O5
<b>AMENAZAS</b>	<b>FA</b>	<b>DA</b>
1. Condiciones climáticas desfavorables (fenómeno del niño).	Invertir en tecnología e investigación para disminuir los impactos negativos climáticos. F2 y A1, A3	Mejorar los procesos de producción y exportación y así reducir el impacto negativo generado por los fenómenos naturales. D2 y O2
2. Suspensión de las preferencias arancelarias.	Buscar nuevos mercados que tengan TLCs con el Perú. F1, F2, F3, F4, F5 y A2	Implementar un plan para mejorar la tecnología de los procesos de producción antes que se suspendan las preferencias arancelarias. D2 y A2
3. Presencia de plagas y enfermedades no controlables.	Fidelizar a nuestros clientes. F2, F3, F4, F5 y A4	
4. Mayor penetración de los competidores.		
Surgimiento de una nueva pandemia, que limite el comercio internacional, incrementando el costo del flete		

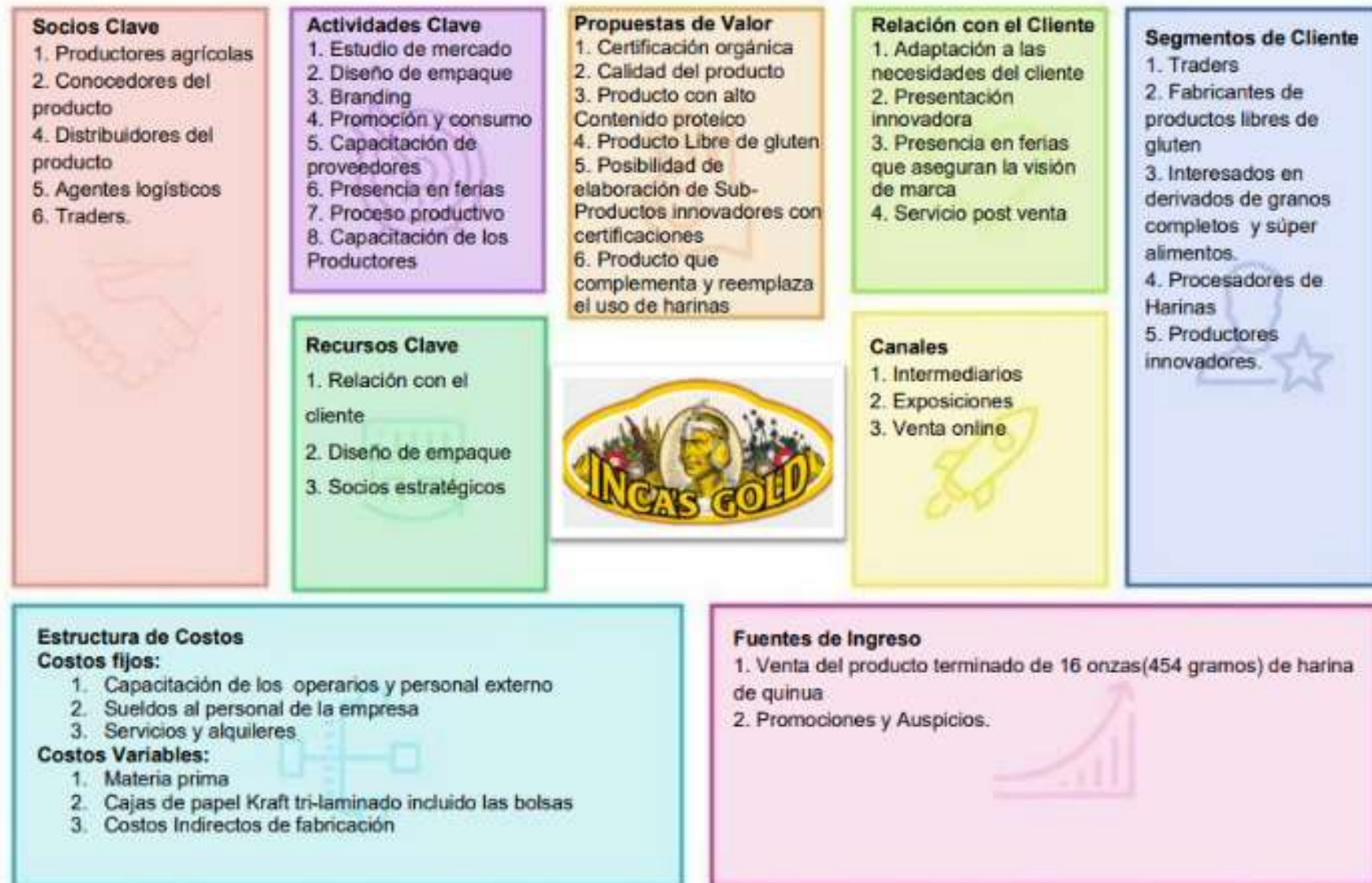
Nota. Fuente: Elaboración propia

## **1.9 Objetivos estratégicos generales**

- a) Mejorar las capacidades de procesamiento y comercialización de nuestro producto a corto plazo.
- b) Incrementar en un 10% el volumen de exportación cada año durante los próximos 5 años.
- c) Contar con nuestros propios campos de cultivo en un plazo de 7 años y obtener la certificación de producto orgánico.
- d) Ampliar nuestros mercados, posicionarnos en el mercado de Asia a mediano plazo.
- e) Contar con nuestra propia flota de transporte interno para mejorar la parte logística de la empresa a largo plazo.
- f) Ampliar nuestra línea de productos derivados del grano de Quinoa a largo plazo.

## **1.10 Modelo Canvas**

**Figura 7**  
Modelo Canvas



Nota. Elaboración propia

## II DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO

### 2.1 Análisis del micro entorno

Para elaborar el análisis del micro entorno tomaremos en cuenta las 5 fuerzas de Michael Porter:

**Figura 8**  
*5 Fuerzas de Porter*



Nota. Nueva ISO 9001 – 2015

### **2.1.1 Poder de negociación de los clientes**

La capacidad de poder negociar con los clientes del mercado de Estados Unidos, es alta ya que los clientes solicitan productos de alta calidad, lo que no es determinante en el precio de venta.

#### **2.1.1.1 Tendencias del Consumidor Norte americano**

- La población estadounidense en su mayoría es calificada como una sociedad consumista y que por lo general siempre está orientada a probar nuevos y novedosos productos.
- Son altamente exigentes, y esto se deriva en la búsqueda de información que realiza. También, tiene conciencia del cuidado hacia el medio ambiente.
- Saben cuáles son sus derechos como consumidor y hace valer estos mismos. En el caso de verse afectado no duda en demandar y hacer prevalecer sus derechos ante daños generados por el consumo de productos defectuosos.
- El consumidor norteamericano espera un servicio post venta de calidad, para ellos el precio no es muy importante al momento de hacer una compra.
- Para ellos el empaquetado o el envase del producto debe ser de calidad y atractivo visualmente.
- La cantidad de consumidores que visitan tiendas pequeñas está en crecimiento, ya que les hace la vida más fácil.

### 2.1.2 Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores de la quinua orgánica, cuentan con un poder de negociación alto, ya que ellos son conscientes que nosotros solo somos acopiadores, por si fuera poco, a la fecha hay muchos productores del grano de quinua pero que no cuentan con la certificación de producto orgánico.

Nuestros proveedores de materia prima será la cooperativa agraria ASOCIACION PRODUCTORA DE QUINUA ORGANICA LLANKASUNCHIS WAYQEY, que está conformada por más de 200 productores, ubicados en el distrito de Colquemarca, provincia de Chumbivilcas, departamento de Cusco.

#### Figura 9

*Asociación de productores de Quinua*



*Nota.* Portada de la fan page de la cooperativa. Fuente: Fan page en Facebook de la asociación Lankasunchis Wayquey

## Figura 10

*Cooperativa de productores de Quinoa*



**Nota.** Socios de Llankasunchis Wayquey del distrito de Colquemarca. Fuente:  
Elaboración propia.

### 2.1.3 Amenaza de nuevos competidores entrantes

A la fecha existe un gran número de componentes que hacen difícil, pero no imposible, el ingreso al mercado de la Quinoa Orgánica en EE. UU. Nuestra principal diferencia es que nosotros somos una de las pocas empresas que contamos con la Certificación de Producto Orgánico, esto dificulta el ingreso a nuevos competidores, también contaremos con varias certificaciones que harán que nuestros productos destaquen sobre la competencia.



## 2.1.4 Amenaza de productos sustitutos

Existen numerosos productos que pueden sustituir a la quinua, como lo son, la kiwicha, la soya, el trigo, etc. Además, actualmente varios países están incursionando en la producción de granos de quinua y esto ocasiona una fuerte competencia en el mercado global.

### Figura 11

*Productos sustitutos de la harina de quinua*



*Nota.* Productos sustitutos de la harina de quinua en presentación similar a la nuestra, estos productos se vienen ofreciendo en el mercado exterior. Fuente:

Ministerio exterior y comercio

## **2.1.5 Rivalidad entre los competidores**

En el rubro agroindustrial, principalmente el de súper alimentos orgánicos, hoy en día es muy competitivo. En su gran mayoría estas compañías no estaban asociadas ni articuladas entre sí, ya que lograr obtener la certificación de producto orgánico es muy complicado y costoso, pero a raíz de la demanda insatisfecha generada por la pandemia del Covid 19, las empresas actuales hacen el esfuerzo por invertir y obtener esta certificación y otras necesarias para su aceptación en el mercado internacional.

### **2.1.5.1 Análisis de la Competencia local**

Varias de las compañías locales, conocen sobre los requerimientos que tienen los clientes, es por eso que es vital tener las certificaciones más importantes, como las USDA ORGANIC, FAIR TRADE, etc. Estas certificaciones mejoran el valor de nuestros productos y aumentan la confianza de los consumidores finales.

Algunas compañías están comenzando a vender la harina de Quinoa en presentaciones más pequeñas, algunos de ellos cuentan con certificaciones y están en busca de mejorar sus productos, a la vez se incrementa la cantidad de exportadores de productos orgánicos, al igual que el poder adquisitivo en el país de destino, pero son escasas las empresas que cuentan con el know how necesario para una exitosa gestión de exportación de calidad internacional.

Las principales empresas agro exportadoras de harina de quinoa en el Perú el 2021 son:

- ✓ **Fructus Terrum S.A.** Es una compañía peruana que está en el rubro de las agro exportaciones y su principal cualidad es innovar con ingredientes novedosos y naturales para así mejorar la calidad de nutrición de la población mundial. Su ubicación esta en Calle Universo N° 146 – La Campiña Chorrillos, Lima – Perú, Teléfono: (511) 252 1276, E-mail: info@fructusterrum.com

**Figura 12**

*Logo de la empresa Fructus Terrum*



*Nota.* Fuente: <https://www.perumarketplace.com/showroom-main/fructusterrum>

- ✓ **Agroindustrias OSHO S.A.C.** Agroindustrias Osho es una empresa peruana fundada en 2007, se especializan en aceites prensados en frío, polvos crudos e instantáneos, snacks tostados y frutos secos que se elaboran a partir de súper alimentos de alto valor nutricional y cuentan con certificaciones de ser orgánicos, kosher, veganos, sin gluten y sin alergénicos. Cuentan con una moderna planta de procesamiento con equipo altamente especializado estratégicamente ubicada a 10 minutos del puerto del Callao ya 15 minutos del aeropuerto de Lima. Su planta está certificada como Libre de Alérgenos, BRC,

HACCP, GMP, Orgánica, Kosher, Biocomercio Ético e inspeccionada por la FDA.

**Figura 13**

*Logo de la empresa Osho*



*Nota.* Fuente: <https://pe.linkedin.com/company/agroindustriasoshosac>

✓ **Villa Andina S.A.C.** En el 2007 comienzan las operaciones con pequeños volúmenes de Aguaymanto al mercado internacional. La empresa se fijó del potencial de otros cultivos como Quinoa, Cacao, Yacón, Maca; y posteriormente diversificaron su línea de productos con estas nuevas materias primas orgánicas y productos derivados que pudieran elaborarse a partir de ellas.

## Figura 14

Logo de la empresa Villa Andina



Nota. Fuente: [https://web.facebook.com/villaandinaperu/?\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/villaandinaperu/?_rdc=1&_rdr)

✓ **Imex Futura S.A.C.** Es fundada en el año 2002 con capitales peruanos, inician sus operaciones en el 2008 en sector AGRO-INDUSTRIA como exportadores. En la actualidad, Imex Futura SAC es una empresa innovadora cuenta con planta propia dedicada a la producción de productos primarios como granos, y productos con valor agregado como comidas Ready to Eat; cuenta con líneas de proceso tales como molienda, laminados de cereales, tostado, pre cocidos y deshidratados.

## Figura 15

Logo de la empresa Imex Futura



Nota. Fuente: [https://imexfutura.com/es\\_ES/](https://imexfutura.com/es_ES/)

## 2.2 Análisis del macro entorno

Para realizar el estudio a nivel macro sobre el entorno, realizaremos el análisis PESTE.

### 2.2.1 Fuerzas Gubernamentales, Legales y Políticas (P)

Actualmente, la gestión del presidente Joe Biden, solicito adoptar una política exterior, en la que pide enfocarse en la defensa de la democracia y protección de los derechos humanos y sobre todo aumentar la cooperación multilateral.

Existen dos principales partidos político:

1. Partido Demócrata (D): Es un partido progresista en el ámbito social, que apoya la injerencia del Gobierno para controlar el correcto avance de la economía de mercado.

2. Partido Republicano (R, o GOP - Grand old party): es un grupo moderado en el ámbito social, que protege el libre mercado o capitalismo.

#### **a) Restricciones a la importación y exportación Post COVID-19**

El gobierno de EE UU. Ha tomado medidas en el ámbito comercial de manera temporales, esto gracias al impacto de la COVID-19, principalmente buscan limitar la exportación de productos médicos y facilitar la importación de productos médicos vitales.

En el caso de la harina de quinua no existe ningún tipo de restricciones generadas por el COVID -19, para el ingreso al mercado de Estados Unido.

#### **2.2.2 Fuerzas económicas y financieras (E)**

Estados Unidos continúa siendo la economía más grande del mundo, por delante de la economía del país asiático, China. Después de más de 10 años de crecimiento continuo en el PBI mostro un resultado negativo, esto gracias a la pandemia generada por la COVID 19, pero según los datos actualizados, la contracción de la producción para el 2020 fue más ligera en comparación a otras economías y el país se viene recuperando a un ritmo acelerado volviendo a los niveles del PIB antes de la pandemia para este segundo trimestre de 2021.

El gobierno de EE. UU. Viene implementando un Plan de Rescate Americano, en el que se apoya el consumo privado, apoyando al crecimiento del PBI en 6% durante

el año, la pandemia generó un déficit contable en los últimos dos años. El plan contempla que la inversión familiar y el consumo deben ser los principales motores de crecimiento para 2022, y el Fondo Monetario Internacional pronostica un crecimiento del 5.2% del PIB, antes de disminuir al 2.2% para 2023.

El impacto más duro para la economía de EE. UU. fue en el sector laboral, que generó una tasa de desempleo de 8.1% en 2020, sin embargo para finales del 2021 estos datos cambiaron rápidamente y el desempleo cayó a un 5.4%, pero las horas de trabajo promedio aumentaron.

Según el FMI pronostica una nueva reducción de desempleo, con una tasa de 3.5% para 2022 y 3% para 2023. En 2020, había 37.2 millones de personas en situación de pobreza, alrededor de 3,3 millones más que un año antes (censo estadounidense).



**Tabla 4***Principales indicadores económicos de Estados Unidos*

Indicadores de crecimiento	2019	2020	2021 (est)	2022 (est)	2023 (est)
PIB (Miles de millones US\$)	21.372,60	20.893,75	22.930,58	24.796,08	25.938,16
PIB (Crecimiento anual en %, precio constante)	2,3	-3,4	5,6	4,0	2,6
PIB per cápita (US\$)	65.052	63.358	69.375	74.725	77.881
Saldo de la hacienda pública (en % del PIB)	-6,1	-10,7	-8,8	-8,3	-7,1
Endeudamiento del estado (en % del PIB)	108,5	133,9	133,3	130,7	131,1
Tasa de inflación (%)	1,8	1,2	4,3	3,5	2,7
Tasa de paro (% de la población activa)	3,7	8,1	5,4	3,5	3,0
Balanza de transacciones corrientes (miles de millones de US\$)	-472,15	-616,10	-796,12	-867,97	-854,07
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	-2,2	-2,9	-3,5	-3,5	-3,3

*Nota.* Datos estimados para los años 2021, 2022 y 2023. Fuente: World Economic Outlook database, October 2021

### 2.2.3 Fuerzas Demográficas y culturales (S)

El territorio nacional continental tiene diversas formas de accidentes geográficos. Mientras más se avanza hacia adentro, desde la costa este, se extiende la llanura costera de la costa atlántica, que da origen al bosque con hojas caducifolias y la meseta de Piamonte. Los Apalaches dividen a la costa este de los Grandes Lagos y praderas occidentales, de las grandes llanuras. EE. UU cuenta con el cuarto sistema de cuencas hidrográficas más grandes del mundo, Mississippi-Missouri.

## Indicadores sociales

- GDP per cápita: 63.826 (2021)
- Esperanza de vida: 80,4 años (2021)
- IDH (valor numérico/nº orden mundial): 0,926 / 17º (2020)
- Coeficiente GINI: 0,486 (2018)
- Tasa de natalidad: 12,3 (nacimientos/1000habitantes) (2021)
- Tasa de fertilidad: 1,84 (2021)
- Tasa de crecimiento anual de la población: 0,7 (2021)

**Figura 16**

*Integración de la población de Florida por Etnias*



*Nota.* La población de personas blancas y latinos son la gran mayoría de habitantes en el estado de Florida. Fuente: Ices.

#### **2.2.4 Fuerzas tecnológicas y científicas (T)**

Estados Unidos representa el 40% de la inversión mundial en temas de investigación y desarrollo. EE.UU. cuenta con alrededor de 40 prestigiosas universidades y el país es considerado como uno de los líderes en ciencia y tecnología en todo el mundo.

Alrededor de 137 millones de personas cuentan con acceso a Internet, de los cuales los estudiantes de entre 11 y 16 años de edad lo hacen desde su escuela mediante el uso de computadoras portátiles, lo mismo sucede en las universidades.

#### **2.2.5 Fuerzas ecológicas y ambientales (E)**

La Agencia de Protección Ambiental o simplemente EPA es una institución federal que se encarga de velar por la salud y el cuidado del medio ambiente, buscan promover mejores alternativas y establecer un enfoque para el cuidado ambiental y la sostenibilidad, para que otros países puedan imitar.

### III ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1 Oferta

Actualmente la oferta de harina de QUINUA en nuestros mercados es escasa, nuestra empresa busca posicionarse como una de las principales comercializadoras de harina de Quinoa del mercado regional y aprovechar el crecimiento de la demanda.

**Tabla 5**

*Produccion, superficie y rendimiento de la quinua*

<b>Año</b>	<b>Producción (t)</b>	<b>Superficie cosechada (ha)</b>	<b>Rendimiento (t/ha)</b>
2015	105,666	69,303	1,525
2016	79,269	64,223	1,234
2017	78,657	61,721	1,274
2018	88,738	65,787	1,320
2019	89,775	65,280	1,380
2020*	97,057	66,584	1,458
Var % 18/17	9.30%	4.80%	4.40%
Var % 19/18	3.50%	-0.80%	4.50%

*Nota.* \* Cifras a octubre del 2020. Fuente: MIDAGRI Peru

**Figura 17**

*Exportaciones mundiales de quinua en grano 2020*

1	Mill. US\$	Var.%	Part. %
Perú	124.7	-7.3%	40.8%
	Miles TM	Var.%	Part. %
	51.0	4.5%	42.4%

2	Mill. US\$	Var.%	Part. %
Bolivia	92.4	1.9%	30.2%
	Miles TM	Var.%	Part. %
	37.3	16.0%	31.0%

3	Mill. US\$	Var.%	Part. %
Países Bajos	14.7	-2.5%	4.8%
	Miles TM	Var.%	Part. %
	4.5	3.5%	3.7%

*Nota.* Podemos ver que el Perú es el principal exportador de quinua en el mundo, seguido de cerca por Bolivia y Países bajos representando a Europa.

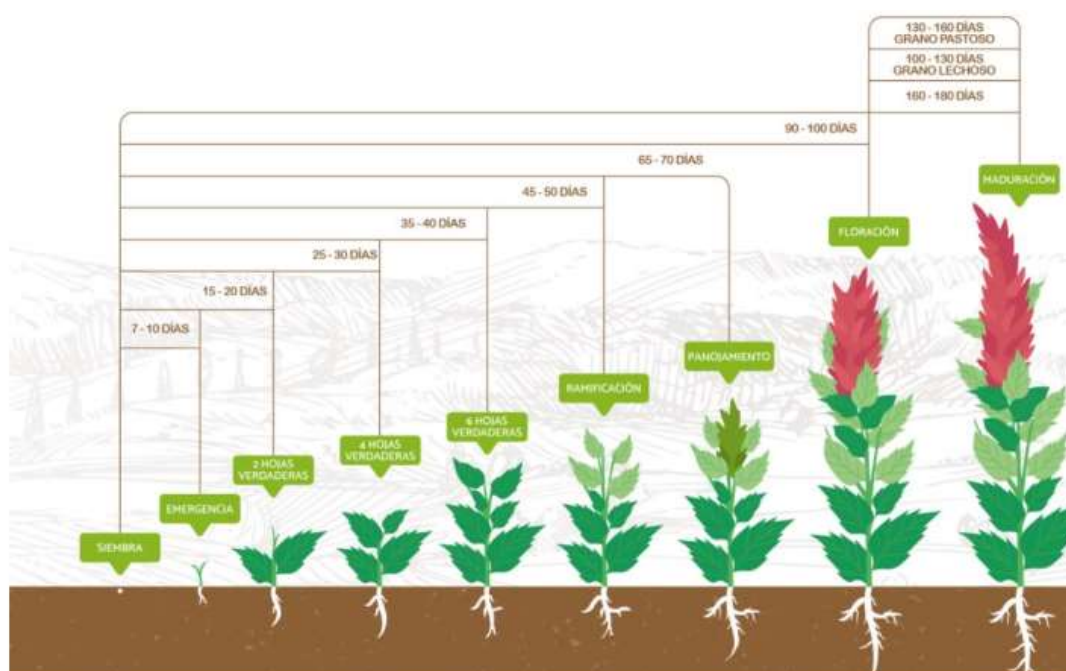
Fuente: Unidad de Inteligencia Comercial – SSE

### 3.1.1 Análisis de la oferta nacional

En Perú, la quinua se cultivó en épocas pre hispánicas y tiene una gran variedad genética, porque hay alrededor de 3.000 variedades de quinua, El Instituto de Innovación Agrícola (INIA), cuentan con aproximadamente 2,000 tipos de material genético. La quinua a diferencia de otros productos, tiene la ventaja que al ser oriunda utiliza mejor el agua. Las variedades más cultivables en el país son: Quillahuman Illa Salciate, Illpa, Inynia 415 Pasankalla, Inynia 420 Black Collana, Inya 427 Amarilla Sacca, Inyia 431 Plateau, Inia433 Santa Ana / Aiq / Fao.

La limpieza del grano de la quinua es un proceso muy importante y así poder eliminar la saponina, en el país la mayoría de plantas procesadoras se encuentran alrededor de la capital Lima, de donde se distribuye el producto hacia el exterior y el interior del país para la distribución del consumo interno haciendo uso de los canales tradicionales (hipermercados, supermercados y mercados)

**Figura 18**  
*Proceso del cultivo de la quinua*



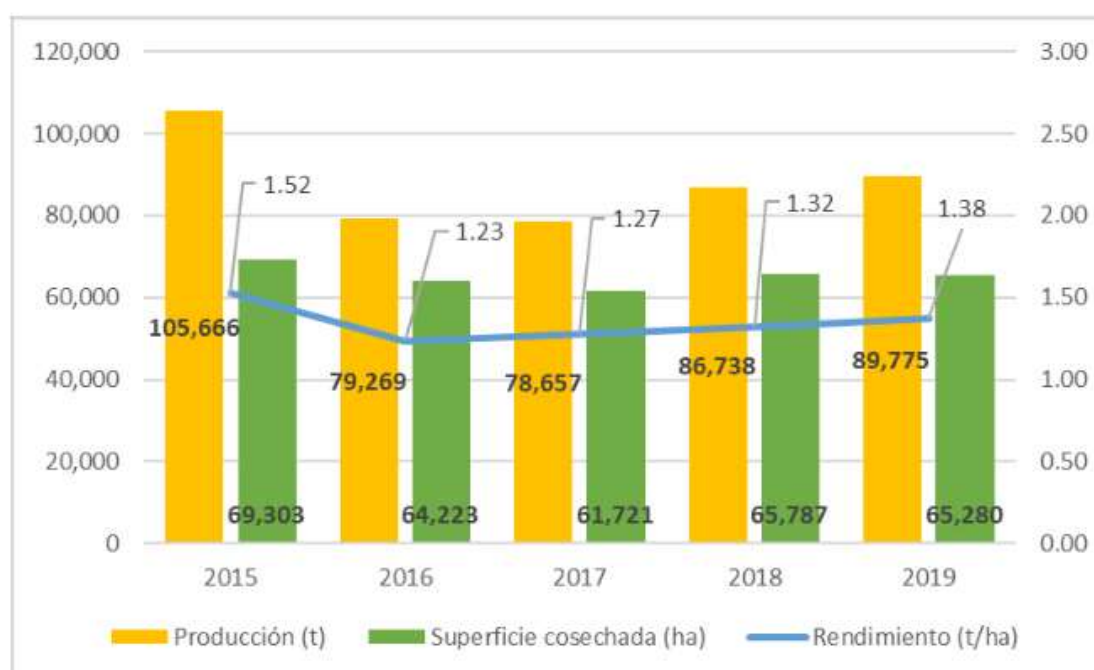
*Nota.* Podemos ver el proceso de cultivo del grano de quinua durante toda su etapa desde el día 0 hasta el día 180. Fuente: FAO

En las fábricas, el proceso de empaque y embalaje se lleva a cabo en bolsas de papel, de acuerdo con los requisitos del cliente, así como para las ventas directas de góndola con un minorista.

En 2014, hubo 114.7 mil toneladas de producción, y en 2019 alcanzó una producción de 89.8 mil toneladas. Esto debido a que el 2014 no solo se empezó a cultivar el grano de quinua en la sierra, sino que lo hicieron en la costa, con un proceso más intensivo, lo que causó que varias de estas exportaciones sean observadas y rechazadas en el extranjero, debido al alto contenido de pesticidas u Otros productos químicos no permitidos.

Como podemos ver en la Figura 19, los ingresos disminuyeron para estabilizarse alrededor de 1380 a 2019 y aumentar a 1480 en 2020. Esto se explica por el hecho de que la producción de la costa disminuyó en comparación con 2015.

**Figura 19**  
*Producción, superficie y rendimiento de la quinua, 2015 - 2019*



*Nota.* Podemos observar que después del desplome del 2015, año tras año la tendencia se vuelve favorable y más estable. Fuente: MIDAGRI Perú.

Se observa en la Tabla 6, la época de producción del grano de quinua, en los meses de abril y mayo se generan los volúmenes más grandes.

Las temporadas lluviosas son similares al país vecino de Bolivia, lo que genera que las ventajas comerciales para ambos países son muy equivalentes.

**Tabla 6**

*Producción mensual de la quinua al 2019 / 2020 (toneladas)*

Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Ene-Dic
2019	1,618	987	2,383	26,000	27,965	14,251	5,655	5,605	2,077	988	1,063	823	89,414
2020	867	2,557	7,449	35,856	27,780	13,553	4,518	1,736	1,863	880	-	-	97,057

*Nota.* Elaboración propia. Fuente: MIDAGRI Perú

La principal ventaja comparativa de la quinua frente a otros productos, es que, al ser un producto seco, permite su almacenamiento por mucho más tiempo y frente a una caída drástica de precios los productores puedan mantener stocks para cuando los precios vuelvan a ser atractivos, esto siempre y cuando estos productores tengan la capacidad financiera para esperar por ese lapso de tiempo.



**Figura 20**

*Calendario de cosechas de la quinua a nivel en el Peru.*



*Nota.* Los meses de abril, mayo y junio son los de mayor cosecha al año. Fuente:

MIDAGRI Perú

### 3.1.1.1 Principales regiones productoras

El 45,2% de la producción se realiza en la región Puno quien el 2020 lideró la producción con 39.6 mil toneladas, luego se ubica Ayacucho con un 18% equivalente a 23.1 mil toneladas y la región Apurímac (12.9%) con 11.9 mil toneladas.

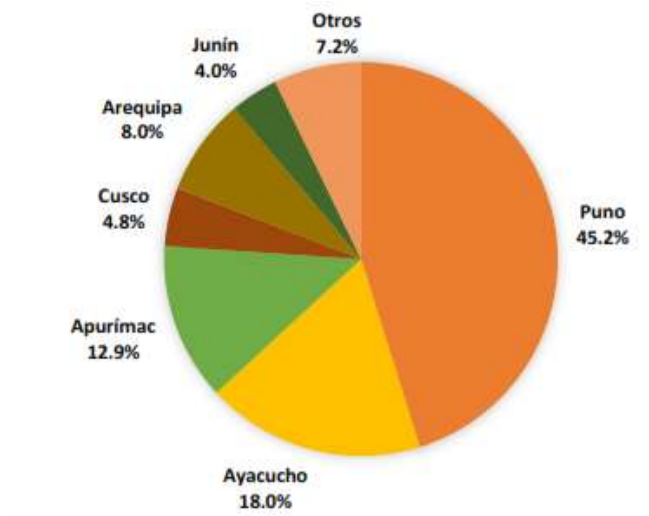
**Tabla 7***Producción, superficie y rendimiento de la quinua, 2015 – 2020*

Región	2015	2016	2017	2018	2019	2020*	Participación 2020	Var % Ene-Oct
Puno	38,221	35,166	39,610	38,858	39,539	39,618	45.2%	0.2%
Ayacucho	14,630	16,657	15,615	21,213	15,832	23,150	18.0%	47.2%
Apurímac	5,785	6,394	7,335	9,262	11,308	11,877	12.9%	5%
Cusco	4,290	3,937	3,675	4,242	4,218	6,758	4.8%	60.2%
Arequipa	22,379	6,206	3,104	3,942	8,461	6,117	8.0%	-12.4%
Junín	8,518	3,802	2,761	3,074	3,470	4,233	4.0%	22%
La Libertad	3,187	2,900	2,006	1,756	1,489	1,242	1.7%	-14.7%
Huancavelica	1,078	1,189	1,589	1,305	1,934	2,002	2.2%	3.6%
Cajamarca	581	751	841	908	1,059	496	1.2%	-53.2%
Huánuco	1,428	661	550	560	553	626	0.6%	13.2%
Resto	5,568	1,606	1,570	891	1,551	938	1.5%	-27.1%
<b>Total</b>	<b>105.666</b>	<b>79.262</b>	<b>78.657</b>	<b>86.011</b>	<b>89.414</b>	<b>97.057</b>	<b>100%</b>	<b>10.9%</b>

*Nota. Elaboración propia. Fuente MIDAGRI Perú*

## Figura 21

Participación regional de la quinua al 2020



*Nota.* La región Puno y Ayacucho son las regiones que más producen quinua, por lo que el mercado de producción de Cusco aún es muy bajo. Fuente: Unidad de Inteligencia Comercial – SSE

## Figura 22

Intenciones de siembra de quinua del 2019 al 2020



*Nota.* En el mapa del Perú se observa que la zona sur del país es quien concentra la mayor cantidad de productores en los últimos años

En el país, aproximadamente son 143,722 los productores de cereales andinos (ENA 2017), de los cuales 88,360 solo siembran quinua, unos 13123 productores siembran quinua y Cañihua y 1579 siembran quinua, Tarwui, Kiwicha, etc. De la misma manera, el 41.5% del número total de productores de cereales andinos tiene entre 1 y 5 ha, 32.95% en 1 ha Y25.6% en más de 5 ha. Por lo general los productores tienen 5 tipos de cultivos diferentes, también se dedican a la actividad ganadera y cultivan una pequeña superficie con diferentes productos, como el forraje para

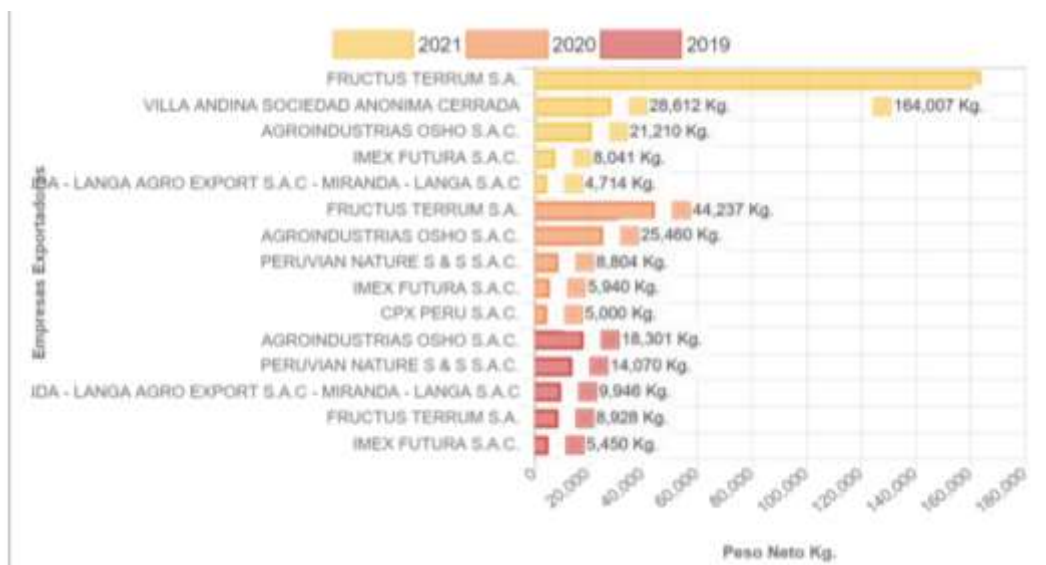
alimentar a sus animales, así como a otros productos oriundos de la zona (Minagri, 2018).

### 3.1.1.2 Empresas Exportadoras

En la actualidad existen varias empresas que vienen exportando Harina de quinua a varios países en el extranjero, pero a Estados Unidos los últimos 2 años la empresa Fructus Terrum S.A. lidera la exportación de Harina de quinua, seguido de la empresa Villa Andina S.A.C.

**Figura 23**

*Evolución de las exportaciones en kilos de las empresas peruanas entre los años 2019 hasta el 2021*



*Nota.* En los últimos años vemos que la empresa Fructus Terrum viene liderando el mercado de exportaciones en el país, también se puede observar que año tras año

la cantidad exportada en kilos va aumentando. Fuente: SIICEX 2022

### **3.1.2 Análisis de la oferta internacional**

España, con un 107%, Ecuador con 43.3% y Bélgica 39.6% fueron los países que tuvieron un mayor crecimiento en producción de quinua, comparando entre los años 2018 al 2019. Actualmente la quinua se cultiva en diversas partes del mundo, pero principalmente para el consumo.

La FAO considera al Perú, Bolivia y Ecuador como los principales productores de quinua; sin embargo, otros países como EE.UU., Argentina, Canadá, Suecia, Dinamarca y otros pocos podrían estar bordeando entre 5 y 8% de la producción mundial.

**Tabla 8***Exportadores de quinua (2015 – 2019) millones de US\$ FOB*

<b>Exportadores</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>Var % 19/18</b>	<b>Participación</b>
Perú	143.49	103.06	122.13	121.83	134.46	10.40%	40.20%
Bolivia	107.71	81.44	74.47	80.63	101.81	26.30%	30.50%
Países Bajos	9.24	13.2	14.34	26.01	17.28	-33.60%	5.20%
España	1.52	1.8	3.59	8.12	16.81	107.00%	5.00%
Estados Unidos	24.85	20.08	16.31	15.36	14.03	-8.70%	4.20%
Alemania	8.07	6.27	7.53	7.05	7.64	8.30%	2.30%
Francia	6	5.98	5.77	6.31	7.17	13.60%	2.10%
Ecuador	5.54	4.79	4.71	4.27	6.12	43.30%	1.80%
Bélgica	1.36	2.6	2.73	4.02	5.62	39.60%	1.70%
Italia	1.45	3.92	4.71	3.3	4.11	24.70%	1.20%
Otros	12.75	13.67	13.92	15.12	19.16	26.70%	5.70%

*Nota.* Elaboración propia. Fuente: Trademap

## 3.2 Demanda

### 3.2.1 Selección del mercado internacional

Para determinar el país de destino de nuestras exportaciones tomaremos en cuenta la cantidad demandada en los últimos años y cuál es la tendencia a futuro.

## Figura 24

Ranking de países con mayor demanda de quinua



*Nota.* En el mapa podemos ver que Estados Unidos es el país que más quinua importa del Perú, seguido del continente europeo. Fuente: SUNAT, ADEX 2020

Como resultado obtenemos que nuestro mercado elegido será el de Estados Unidos, ya que es el más grande comprador de harina de quinua y que a pesar de tener un bajón en el año 2020, mantiene un crecimiento constante año tras año, nuestra empresa se enfocara en exportar al mercado del Estado de Florida.

El principal motor, impulsor de la económica de Florida es el turismo, que, a inicios de 2020, ya había desplazado a la agricultura (naranjas, tomates y caña de azúcar) y al sector manufactura. Florida es un estado con un rápido crecimiento de población migrante, que generalmente se ubican en el sector de servicios.



## Figura 25

Ubicación del estado de Florida dentro del país norteamericano



*Nota.* El estado de Florida se ubica en la parte sur oriental de Estados Unidos.

Fuente: Wikipedia

El estado de Florida está conformado por 67 condados, el Condado de Miami-Dade es el que cuenta con la mayor cantidad de población.

### a) Tipos de compradores en el Estado de Florida

Al ser un estado con una gran variedad de consumidores, tenemos que los menores de 55 años que viven solos, o en su mayoría Milenials y Generación X de diferentes nacionalidades, consumen principalmente pastas, comida congelada, vegetales y frutas, gustan de probar productos de diferentes partes del mundo. Las familias con hijos menores de 18 años, buscan productos preparados de gran valor alimenticio. Los consumidores hispanos han generado el incremento del consumo de productos étnicos propios de la comida de su país. Este es un mercado muy interesante que alcanza el 20% de la población.

Los consumidores mayores de 55 años poseen altos ingresos y siempre buscan productos de calidad, estos son menos sensibles a los precios. Consumen productos frescos, naturales y gourmet con una gran contribución de vitaminas, así como a los productos orgánicos.

**b) Barreras arancelarias y no arancelarias**

El Perú, es parte del Tratado de ATPDEA, que tiene un TLC con los Estados Unidos. Esto nos permite insertar muchos productos de exportación al país de forma gratuita. Aunque debe tener certificaciones de salud, certificados de origen y certificación de productos orgánicos, que imponen las leyes de la FDA ya que, en los Estados Unidos, existe una mayor fiscalización. La certificación orgánica, sirve para garantizar que la producción de los alimentos esté libre de fertilizantes y productos químicos prohibidos.

A parte de estos obstáculos, no existen otras barreras de ingreso al país de destino. El 2021 gracias al TLC, se exportaron aproximadamente \$ 6,362 millones, 14.7% más que el registrado durante el mismo período en 2020. Esto hizo posible crear una mayor competencia en comparación con otros países. A la fecha hay alrededor del 98% de los productos, que ingresan al mercado norteamericano sin arancel. (Mincetur Perú, S.F.).

**Figura 26**  
*Documentos necesarios para la exportación*

Documento	Descripción
Documentos presentados ante la Aduana	Declaración Aduanera de Mercancías (DAM)
Documentos a emitir por el Exportador	Factura Comercial (Commercial Invoice)
Documentos a emitir por el Exportador	Lista de Empaque (Packing List)
Documentos a emitir por el Transportista	Conocimiento de embarque (Bill of Lading - B/L)
Documentos a emitir por el Transportista	Carta Porte (Truck bill of lading)
Documentos a emitir por el Transportista	Guía Aérea (Airway Bill - AWB)
Documentos emitidos por Instituciones	Certificado de Origen

*Nota. Estos documentos no tienen un costo a excepción del certificado de origen y son de fácil acceso. Fuente: MINCETUR*

**c) ¿Dónde compra el consumidor local?**

- Supermercados
- Supermercados Frescos
- Tiendas gourmet

**Figura 27**  
*Tiendas gourmet*



*Nota. En estos locales especializados en productos orgánicos se encuentran en el estado de Florida. Fuente: Ministerio de relaciones exteriores de Guatemala*

- Club Mayoristas
- Supercenter
- Drug Store

**Figura 28**

*Locales especializados en productos orgánicos*



*Nota.* En estos locales especializados en productos orgánicos se encuentran en el estado de Florida. Fuente: Ministerio de relaciones exteriores de Guatemala

### 3.2.2 Análisis de la demanda

Actualmente Estados Unidos cuenta con una demanda que viene incrementándose de productos y sub-productos elaborados a base de harinas.

**Tabla 9***Exportación de quinua y derivados el 2020*

<b>Años</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>Var. % 20/16</b>	<b>Var. % 20/19</b>	<b>Part. % 2020</b>
Grano	102.3	120.3	121.9	139.8	128.3	5.80%	-8.20%	95.30%
Salsa en conserva	2.7	3.7	5.9	4	3.2	4.60%	-19.30%	2.40%
Hojuela	1.8	2.5	2.5	1.1	1.2	-10.10%	8.60%	0.90%
<b>Harina</b>	<b>20</b>	<b>4.1</b>	<b>2.9</b>	<b>0.4</b>	<b>0.8</b>	<b>-54.70%</b>	<b>91.90%</b>	<b>0.60%</b>
Pop	3.3	2.4	2.1	0.7	0.5	-37.70%	-27.90%	0.40%
Otras presentaciones	0.6	0.8	0.7	1.9	0.6	-1.50%	-70.00%	0.40%
<b>Total</b>	<b>130.8</b>	<b>133.7</b>	<b>136</b>	<b>147.9</b>	<b>134.7</b>	<b>0.70%</b>	<b>-8.90%</b>	<b>100.00%</b>

*Nota.* Evolución de la exportación de la quinua en sus diversas presentaciones, específicamente resaltamos la harina de quinua que alcanzó su pico más alto en el año 2016. Fuente: SUNAT, Adex data trade.

Para 2020, la quinua peruana llegó a alcanzar los \$ 134.7 millones en exportaciones, un valor de 8.9% menor en comparación al 2019, reduciendo una etapa de continuo crecimiento durante 4 años.

La exportación de quinua en grano, representa el 95.3% del total, seguido de salsas preservadas (2.4%), hojuelas (0.9%), harina (0.6%), quinua POP (0, 4%) y otras preparaciones (0.4%). La quinua convencional en grano representa el 51% del total, mientras la quinua orgánica representa un 49% del total.

**Tabla 10***Lista de clientes de Estados Unidos por volumen de compra*

<b>Empresas</b>	<b>Peso bruto Kg</b>	<b>Valor Fob \$</b>
SPECIALTY COMMODITIES INC	1,915,036.21	10,857,286.63
EXANDAL CORPORATION	427,600.00	2,267,870.00
AMERICAN ROLAND FOODS CORP	334,487.14	1,782,090.77
OTIS MCALLISTER, INC	333,250.00	1,649,238.96
WOODLAND FOODS	316,030.00	1,740,715.58
MULTIPLE ORGANICS, INC.	282,410.00	1,593,843.16
E&J INTERNATIONAL TRADING CORP.	270,492.78	1,367,207.23
GLOBAL JUICES AND FRUITS, LLC	261,380.00	1,699,740.00
PACIFIC GRAIN AND FOODS, LLC	224,005.00	1,069,600.00
GOYA FOODS, INC	221,849.98	1,125,156.98
IMS LTD	221,035.00	1,420,239.60
MOLINA AGRO-CLUSTERS OF USA, INC.	180,660.00	836,822.00
INTERNATIONAL FOODSOURCE	167,704.00	873,959.11
AVAFINA COMMODITIES	160,805.00	999,769.60
TORN & GLASSER, INC	158,609.99	822,371.04
T&C SPECIALTIES LLC.	123,356.64	606,122.25
CAPITOL DISTRIBUTION CO. LLC	121,439.99	669,789.90
TRINIDAD BENHAM CORP	120,510.00	754,200.50
ENRAY INC.	99,730.00	523,372.50
DFI ORGANIC INC	80,630.00	467,800.00
NEW ORGANICS INC	80,070.00	450,381.30
BRUNO SCHEIDT LLC	65,450.00	296,400.00
INDIAN HARVEST SPECIALTIFOODS	56,129.98	296,992.27
Abbott Blackstone Co.	51,120.00	263,901.75
KING NUTS & RAAPHORST	43,779.88	228,873.65
C.A. GRAMKOW COMERCIO EXTERIOR	40,630.00	247,859.20
NEW STAR 21 INC /	40,569.06	197,161.42
TRINIDAD BENHAM CORP	40,460.00	253,293.00
KHANNA INTERNATIONAL TRADING	40,230.00	215,000.00
GLOBAL JUICES AND FRUITS,	40,190.00	224,000.00
RELIABLE PRODUCTS INC	40,150.00	212,039.90
NEW ORGANICS INC	39,980.00	222,124.20
SUPERIOR FOODS INTERNATIONAL	38,737.00	170,944.92
TRADER HARRIS INTERNATIONAL INC	32,650.00	163,000.00

PEREG GOURMET INC	23,379.67	116,064.73
BOTANICAL DISPENSARY	22,170.00	142,450.00
DOTTA FOODS	21,850.00	98,800.00
mitsui FOODS INC	21,850.00	98,800.00
CARAGOL & ZAINA ASSOCIATES	21,760.00	98,800.00
STAR SNACKS CO. LLC	21,010.00	120,400.00
ORGANIC PARTNERS INTL LLC	20,540.00	118,000.00
ACME FOOD SALES, INC.	20,390.00	89,341.58
PENGUIN NATURAL FOOD	20,280.00	121,933.70
INTERNATIONAL FOODSOURCE LLC	20,260.00	103,803.40
PANDURATA ALIMENTOS LTDA	20,200.00	147,692.20
SHASHI FOODS INC	20,170.00	100,175.00
CONFECTIONS LLC	20,160.00	150,020.00
ZIEGLER & CO. GMBH DR.-HOHENNER	20,135.00	147,000.00
MOLINA AGRO-CLUSTERS OF USA, INC	20,120.00	94,758.00

*Nota.* Empresas importadoras de granos de quinua durante el año 2014. Fuente: Aduanas

Según la Unidad de Inteligencia Comercial de Sierra y Selva Exportadora, el año 2020 el Perú vendió Harina de quinua por un monto de \$ 808200.00

Fructus Terrum SAC encabezó los envíos internacionales de harina de quinua (21.3% del total), equivalente a US\$ 179.2 mil.

### 3.2.3 Determinación de la demanda

#### a) Mercado potencial

**Tabla 11**

*Clasificación del mercado potencial*

SEGMENTACION	POBLACION	OBSERVACIONES	FUENTE
Estados Unidos	332.183.000	Mercado meta	<a href="https://datosmacro.expansion.com/paises/usa">https://datosmacro.expansion.com/paises/usa</a>
Florida	21.733.312	Segmento	<a href="https://datosmacro.expansion.com/paises/usa-estados/florida">https://datosmacro.expansion.com/paises/usa-estados/florida</a>
Mayores de 18 años	16.043.869 personas	Nicho de mercado	<a href="https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal">https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal</a>
Personas que consumen súper alimentos	10.749.392 personas	Grupo objetivo	<a href="https://letis.org/estados-unidos-efecto-pandemia-en-el-consumo-de-alimentos-y-bebidas/">https://letis.org/estados-unidos-efecto-pandemia-en-el-consumo-de-alimentos-y-bebidas/</a>
Consumo per cápita	0.019 kg al año	Construcción del nicho	<a href="https://gestion.pe/economia/la-QUINUA-ya-es-un-producto-habitual-en-eeuu-pero-consumo-per-capita-es-bajo-noticia/#:~:text=Y%20el%20consumo%20mundial%20de,40%25%20del%20total%20mundial%20negociado">https://gestion.pe/economia/la-QUINUA-ya-es-un-producto-habitual-en-eeuu-pero-consumo-per-capita-es-bajo-noticia/#:~:text=Y%20el%20consumo%20mundial%20de,40%25%20del%20total%20mundial%20negociado</a>
Precio promedio	\$ 4.84 x kilo		<a href="https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2021/06/CIEN_NSIM1_Junio_2021_QUINUA.pdf">https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2021/06/CIEN_NSIM1_Junio_2021_QUINUA.pdf</a>
Mercado Objetivo	10%	Cobertura de la demanda	Elaboración propia

*Nota.* Fuente: elaboración propia



### 3.2.4 Demanda potencial

La demanda potencial es un nivel de cuanto como máximo se realizará la compra o consumo de un producto en particular, tomando en cuenta varias condiciones. Es decir, las posibilidades de éxito de un producto en un mercado, según la siguiente fórmula:

$$Q = n * p * q$$

Donde los valores serían:

- **Q** representa la demanda potencial.
- **n** es la cantidad o número de compradores potenciales en el mercado.
- **p** como precio promedio del producto.
- **q** cantidad de producto por individuo en dicho mercado.

Para hallar los valores de la fórmula de la demanda potencial nos basamos en los datos previamente obtenidos.

- **Q** =?
- **n** = 10.749.392
- **p** = \$ 4.84
- **q** = 0.019

$$Q = 10.749.392 * \$4.84 * 0.019$$

$$Q = \$ 988.514$$

El resultado de la demanda potencial de la harina de quinua para el primer año será de un total de \$988.514.00 y según nuestras perspectivas pensamos cubrir un 10% de esta demanda, dando como resultado para nuestro primer año \$ 98.851.4

Esta cantidad representa unos 20424 kilos de harina de quinua para el primer año, y cada año iremos aumentando nuestra producción un 10% más.

**Tabla 12**

*Proyección de la demanda de Harina de Quinua para los 5 años*

<b>Demanda</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Kilos	20424.0	22466.4	24713.0	27184.3	29902.8
Dólares	98851.4	108,736.5	119,610.2	131,571.2	144,728.3

*Nota.* Para elaborar la proyección tomamos como referencia el incremento de nuestra participación en el mercado, que para cada año asciende a un 10% más.

## **IV PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

### **4.1 Mercado**

El Mercado está constituido por la segmentación tanto demográfica, geográfica, conductual y socioeconómica. Al realizar esta segmentación podremos enfocarnos en nuestros potenciales clientes. A continuación, detallaremos los puntos de cada Segmentación.

#### **a) Segmentación Geográfica**

Cuando nos referimos a la segmentación geográfica nos referimos a la ubicación donde se encuentran nuestros clientes potenciales, según nuestros análisis el mercado al cual exportaremos la harina de quinua orgánica será al mercado de Estados Unidos, al estado de Florida.

Elegimos esta ubicación ya que es uno de los principales estados dentro de EEUU con un alto consumo de productos orgánicos y su economía es una de las más estables y su población cuenta con un alto poder adquisitivo.

#### 4.1.1 Segmentación Demográfica

Dentro de las características demográficas que consideramos en el mercado del estado de Florida son a toda la población mayor de 18 años, de ambos géneros (varones y mujeres) y de todas las razas. En Estados Unidos, existe una población de 332.183.000 habitantes y en el Estado de Florida hay 21.733.312 habitantes. (Datos Macro Expansión, 2021)

**Tabla 13**

*Relación entre población del Estado de Florida y EE.UU*

	<b>Florida</b>	<b>EE.UU.</b>
Población total (estimación julio 2019)	21.477.737	328.239.523
Población por debajo de los 5 años	5,4%	6,1%
Población por debajo de los 18 años	19,9%	22,6%
Personas mayores de 65 años	20,5%	15,6%
Porcentaje de población femenina	51,1%	50,8%
Porcentaje de población masculina	48,9%	49,2%

*Nota.* Elaboración propia. Fuente: US Bureau, Quick Facts, 2020

**Tabla 14***Relacion de tipos de raza existentes en el Estado de Florida y EE.UU*

	<b>Florida</b>	<b>EE.UU.</b>
Blancos	77,3%	76,6%
Afroamericanos	16,9%	13,4%
Nativos americanos	0,5%	1,3%
Asiáticos	3%	5,8%
Hawaianos y de otras islas del Pacífico	0,1%	0,2%
Dos o más razas	2,2%	2,7%

*Nota.* Elaboración propia. Fuente: US Bureau, Quick Facts, 2020

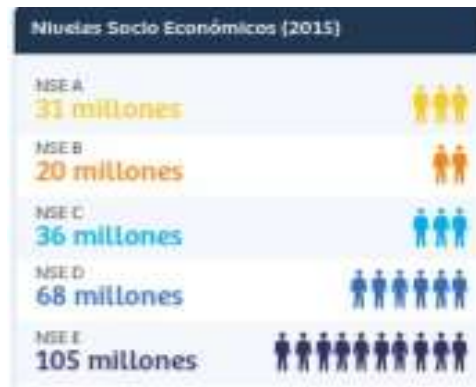
#### **4.1.2 Segmentación Socioeconómica**

Al momento de realizar la segmentación socioeconómica del mercado de Florida tomamos como referencia los niveles socioeconómicos que existe en EEUU, cuya elaboración fue la unidad de investigación de mercados de Promperu.

Por lo que podemos ver en EE.UU. se cuenta con 5 niveles socioeconómicos, existiendo una marcada diferencia entre los NSE A, B y C frente a los niveles D y E. En nuestro caso nuestra empresa durante los primeros años se enfocará en estos 5 NSE ya que el producto tendrá un precio accesible y nuestro producto será de buena calidad.

## Figura 29

### Niveles socioeconómicos en Estados Unidos



Nota. A pesar que el NSE E representa a la gran mayoría de población en Estados Unidos, los niveles socioeconómicos A, B y C cuentan con un gran poder adquisitivo y es una población de unos 80 millones de habitantes

#### 4.1.3 Segmentación conductual

Para el 2020, el consumo de productos orgánicos en los Estados Unidos aumentó en un 14,2%; Esto representa un aumento de \$ 1 mil millones, según un reporte de "Organic Network y Category Partners".

Según un estudio llevado a cabo el 2020 llevado a cabo por "New Hope Network" nos indica que el 67% de los estadounidenses ha convertido a la salud en una prioridad, esto desde el comienzo de la pandemia.

"Nutrition Business Journal", nos dice que en EE.UU. las categorías más destacadas de productos orgánicos, son los alimentos frescos, luego los lácteos, los productos de panadería, bebidas, también los "snacks" y por ultimo las carnes, pescados y aves de corral.

## **4.2 Marketing Mix**

El marketing mix nos ayudara a poder posicionar nuestros productos en el mercado objetivo. El marketing mix se define como las 4 P: producto, precio, promoción y plaza.

### **4.2.1 Producto**

La harina de quinua es un súper alimento de calidad, elaborado con granos seleccionados, manteniendo los más altos estándares nutricionales. Es un producto elaborado naturalmente, sin preservantes, 100% natural.

Utilizamos solo Quinua Orgánica Certificada, que es rica en aminoácidos y minerales, para poder usarlo en batidos, leche, sopas, en repostería y todo lo que su imaginación desee.

Nuestro producto tiene un alto nivel de nutrientes, sin gluten, lo que significa que los consumidores celíacos pueden consumirlo con tranquilidad y también contamos con métodos de producción tradicionales, lo que garantiza un producto saludable y de calidad.

La harina de quinua Incas Gold, contara con certificaciones de, Producto orgánico, Certificación Kosher, Certificación de producto libre de Gluten y contara con un empaque novedoso y muy práctico.

**Figura 30**

Presentación de 16 onzas de la Harina de Quinoa (454 gramos)



*Nota.* Nuestra presentación será novedosa ya que actualmente en el mercado no existe este tipo de presentaciones en la harina de quinoa. Fuente: Elaboración propia.



**a) Marca**

El nombre de la marca que elegimos para comercializar nuestro producto será “INCAS GOLD” cuyo significado es “Oro de los Incas” en el Idioma de los Incas, el quechua. Nuestro objetivo es calar en nuestros clientes que el verdadero oro de los incas no era el metal precioso (Au) si no sus granos sagrados de Quínoa.

**Figura 31**

*Logo de la empresa Incas Gold*



*Nota.* Nuestro logo representa nuestra riqueza cultural pasada. Elaboración propia

**b) Slogan**

Para promocionar y hacer conocida nuestra marca utilizaremos un slogan que será “The real gold of the Incas” que traducido al español significa: “El verdadero oro de los Incas” esta frase es parte importante de nuestra marca.

c) **Etiquetado**

Contaremos con una etiqueta impresa en la caja de cartón, esta deberá estar de acorde a la política de etiquetado que requiere la FDA:

**Figura 32**

*Etiqueta de factores nutricionales de nuestro producto*

<b>Nutrition Facts</b>	
About 18 servings per container	
<b>Serving size</b> 1/4 cup (28g)	
<b>Amount per serving</b>	
<b>Calories</b>	<b>100</b>
% Daily Value*	
<b>Total Fat</b> 1g	1%
Saturated Fat 0g	0%
Trans Fat 0g	
<b>Cholesterol</b> 0mg	0%
<b>Sodium</b> 0mg	0%
<b>Total Carbohydrate</b> 19g	7%
Dietary Fiber 3g	11%
Total Sugars 1g	
Includes 0g Added Sugars	0%
<b>Protein</b> 4g	
Vitamin D 0mcg	0%
Calcium 9mg	0%
Iron 1mg	6%
Potassium 193mg	4%
<small>*The % Daily Value tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice.</small>	
<b>INGREDIENT: Organic Whole Grain Quinoa.</b>	

*Nota.* Esta presentación cumple con los requisitos actuales solicitados por el mercado de Estados Unidos. Fuente: elaboración propia.

## 4.2.2 Precio

Para determinar nuestros precios, desarrollaremos una estrategia para que el consumidor final relacione a nuestra marca con el mejor precio. Tomando en cuenta todos los costos incurridos en nuestro proceso de producción del producto. Seguidamente compararemos el precio con el de nuestros competidores y así poder ver el margen de utilidad que generara. Una vez se haya terminado de analizar los datos mediante la web y de visitas a empresas comercializadoras, observamos que el precio FOB por kg de nuestro producto fue de \$8.299 como máximo, el precio promedio fue de \$4.84 y el precio mínimo fue de \$2.489

**Figura 33**

*Variación de precios FOB por kilo en los últimos 12 meses hacia Estados Unidos*



*Nota.* Entre los meses de abril hasta junio se encuentran los picos más altos del precio de la harina de quinua. Fuente: SIICEX 2021.

En la imagen podemos observar que el precio máximo puede oscilar entre los \$8.299 en Estados Unidos.

También tomamos como referencia el precio de venta en las cadenas de supermercados el cual ofrece el mismo producto con características similares a un precio de \$11.49 en el mercado estadounidense por una presentación de 340 gramos

**Figura 34**  
*Precio de la quinua en el mundo, mayo 2021*



*Nota.* Estas presentaciones son de 300 gramos aproximadamente y vemos que en el mercado de Estados Unidos el precio es el más alto. Fuente: Amazon.com

### Figura 35

Harina de quinua en circulación en Estados Unidos



Nota. Presentación de 1.12 libras, equivalente a 508 gramos a un precio de \$13.41 en la plataforma de venta on line de Amazon.

### Figura 36

Harina de quinua en circulación del Estados Unidos



Nota. Presentación de 24 onzas, equivalente a 680 gramos a un precio de \$21.99 en la plataforma de venta on line Amazon.

Nuestra empresa utilizara una estrategia de precios de calidad alta a un precio medio.

**Figura 37**

Posibles combinaciones entre calidad precio

<b>Precio</b>	<b>Calidad alta</b>	<b>Calidad media</b>	<b>Calidad baja</b>
<b>Precio alto</b>	<i>Estrategia de recompensa</i>	<i>Estrategia de margen excesivo</i>	<i>Estrategia de robo</i>
<b>Precio medio</b>	<i>Estrategia de calidad alta</i>	<i>Estrategia de valor medio</i>	<i>Estrategia de falsa economía</i>
<b>Precio bajo</b>	<i>Estrategia de súper valor</i>	<i>Estrategia de buen valor</i>	<i>Estrategia de economía</i>

*Nota.* Nuestra empresa utilizara la estrategia de calidad alta, a un precio medio.

Fuente: Kotler et al 2000

En conclusión, la harina de QUINUA Incas Gold, en su presentación de 16 onzas, equivalentes a 454 gramos, tendrá un precio de introducción de \$4.80. (S/.18.24) Más adelante se evaluará este precio y de acuerdo a la demanda se ajustará a un precio adecuado.

#### 4.2.3 Plaza o distribución

Contaremos con una plataforma online que será nuestro punto de venta principal, participaremos en ferias y contaremos con los servicios de distribuidores de materias primas (traders), quienes lo colocaran en tiendas de productos naturales,

hipermercados, tiendas online, entre otros.

#### **4.2.3.1 Tipos de Canal**

Nuestra empresa contratará los servicios de un distribuidor (traders), una vez que un comprador ha sido identificado, el agente comparte esta información con nuestra empresa, para proceder con el pedido del usuario. El trato que se da entre el agente y nuestra empresa es transparente, de modo que nosotros tengamos los datos de los usuarios finales y también conoceremos el precio por el que se venderá el producto, esto es muy importante, ya que, si la relación con un representante termina, nosotros podremos mantener la relación con ellos.

El costo del representante o traders suele ser en dos partes; la primera es una comisión, esta se fija en base al valor total de las ventas generadas que por lo general puede oscilar entre un 5 y 15 % y por último se tiene una cuota fija por mes, que ayuda a gastos de actividades de promoción desarrolladas por el agente. Los agentes cumplen las siguientes funciones:

- Exponer los beneficios del producto a comercializar hacia los minoristas.
- Fijar las cláusulas de venta con los clientes.
- Apuntar los pedidos de compra.
- Brindar capacitaciones a los compradores y o vendedores de nuestros productos, para así garantizar un nivel de inventario adecuado.
- Realizar el seguimiento a los reclamos que se pudieran dar.
- Iniciar y mantener las relaciones con los consumidores finales.
- Elaborar reportes de estudios de mercado para nuestra empresa.

- Manejar los registros contables.
- Acudir a reuniones programadas de ventas.

Las principales empresas intermediarias, especializadas en productos orgánicos son:

- a. Madison Lane Sales: [www.madisonlane.com](http://www.madisonlane.com)
- b. Market 2 Market llc: [www. market2marketllc.com](http://www.market2marketllc.com)
- c. Organic Food Brokers: [www. organicfoodbrokers.com](http://www.organicfoodbrokers.com)

La empresa Incas Gold contratara los servicios de la agencia Organic Food Brokers, esta es una firma internacional de ventas y gestión de marcas dedicada a forjar asociaciones duraderas con nuestras marcas para ayudar a lanzar y comercializar nuevos productos en los canales de comestibles naturales, convencionales y especializados.

La agencia Organic Food Brokers cuenta con un equipo que está formado por personas experimentadas con una pasión por los alimentos saludables y cuenta con relaciones profundas entre minoristas y distribuidores nacionales.

Organic Food Brockers utilizaran la pasión y talento para hacer crecer a nuestros productos con una distribución robusta, capaces de compartir su visión en todo el mercado de Estados Unidos.



**Figura 38**  
*Organic food brokers*

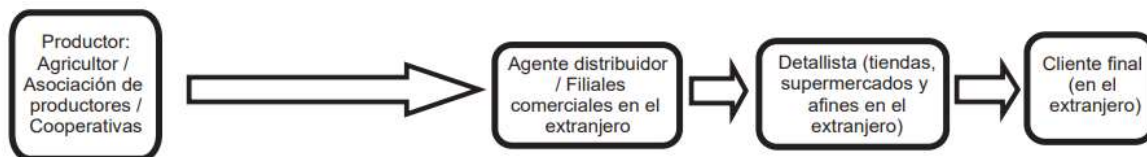


*Nota.* Esta empresa de agentes intermediarios es una de las especializadas en productos orgánicos. Fuente: [www.organicfoodbrokers.com](http://www.organicfoodbrokers.com)

**a) Descripción de los canales de distribución**

El principal factor entre los clientes de Incas Gold es una tendencia a usar materia prima orgánica, con un alto valor nutricional libre de gluten. El destino final se encuentra principalmente en tiendas de línea, tiendas especializadas, hipermercados, mayoristas, entre otros.

**Figura 39**  
*Canal de distribución a utilizar*



*Nota.* Nuestra empresa colocara los productos mediante un agente. Fuente: Plan de negocios, Karen Weinberger Villaran

En el sur de Florida existen 3 puertos principales que son el Port Miami, Port Everglades y el Port Manatee.

## Figura 40

*Principales Puertos del sur de Florida*



*Nota.* El puerto elegido como destino será el Port Miami. Fuente: SIICEX

Nuestro producto será transportado por vía marítima, para lo cual contrataremos un agente de carga internacional. La ruta más conveniente será desde el puerto de Callao hacia el puerto de Port Miami, Florida, la travesía tarda unos 16 días.

**Figura 41**

Cuadro de Costos y duración de Exportación marítima

Puerto de origen (Perú)	Puerto de destino	US\$ Tarifa promedio de flete por contenedor (*)				Días de tránsito (**)	Frecuencia de salida (**)	Lineas navieras
		Contenedores			Mercadería Consolidada Tm/m <sup>3</sup>			
		20 pies	40 pies	40 pies refrigerado				
Callao	Batavia (Perseñá)	1,600	2,100	2,800	80	3	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Miami (Estados Unidos)	1,800	2,300	3,550	90	16	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Port Everglades (Estados Unidos)	2,412	3,604	4,874	80	18	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Charleston (Estados Unidos)	2,300	3,500	4,700	110	18	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Norfolk (Estados Unidos)	2,400	3,600	4,750	100	19	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Baltimore (Estados Unidos)	2,300	3,650	4,750	80	24	SEMANAL	Ver líneas
Callao	New York (Estados Unidos)	2,600	3,950	4,800	80	14	SEMANAL	Ver líneas
Callao	Portreal (Canadá)	2,700	3,950	5,300	120	19	SEMANAL	Ver líneas

*Nota.* El puerto de origen será el Callao y el destino será el puerto de Miami, vemos las tarifas del envío según el peso y la duración del envío, también podemos observar que las salidas son cada semana. Fuente:

<https://www.icontainers.com/es/calculadora-flete-maritimo/>

**Figura 42**  
*Ruta de Perú a Miami vía marítima*



*Nota.* Para llegar al puerto de destino la ruta elegida es mediante el canal de Panamá. Fuente: <https://www.icontainers.com/es/calculadora-flete-maritimo/>

**Figura 43**

Cotización del flete marítimo

my.icontainers.com/quotas/63b8357f-2931-443a-9d45-03ac6309764

**Resultados De La Cotización**

1 Origen: **CALLAO (PECLL)** | 1 Destino: **MIAMI (USMIA)** | 1 Carga: **1000KG, 0.00CBM**

Política de precios transparente | Mostrar: **Dólar estadounidense** | Ordenar por: **El precio más bajo**

SERVICIOS INCLUIDOS	SERVICIOS NO INCLUIDOS	Origen	Destino	Entrada por	Tiempo de tránsito estimado	Precio
<input checked="" type="checkbox"/> Cargamento internacional	<input type="checkbox"/> Levantar Buzos	PECLL, Callao	USMIA, Miami	03 de julio de 2022	29 días	USD 350.00
<input checked="" type="checkbox"/> Destino	<input type="checkbox"/> Diques	PERU	ESTADOS UNIDOS	29 de junio de 2022		USD 760.00
<input type="checkbox"/> Seguro de Carga	<input type="checkbox"/> Entrega Aduana					

¡Buenos ayúdate!

*Nota.* Actualmente existen dos tipos de servicio, uno que es exprés con costo mayor y tiempo de llegada más rápido, nosotros elegiremos el envío tradicional, que es el más barato y demora un poco más en llegar. Fuente:

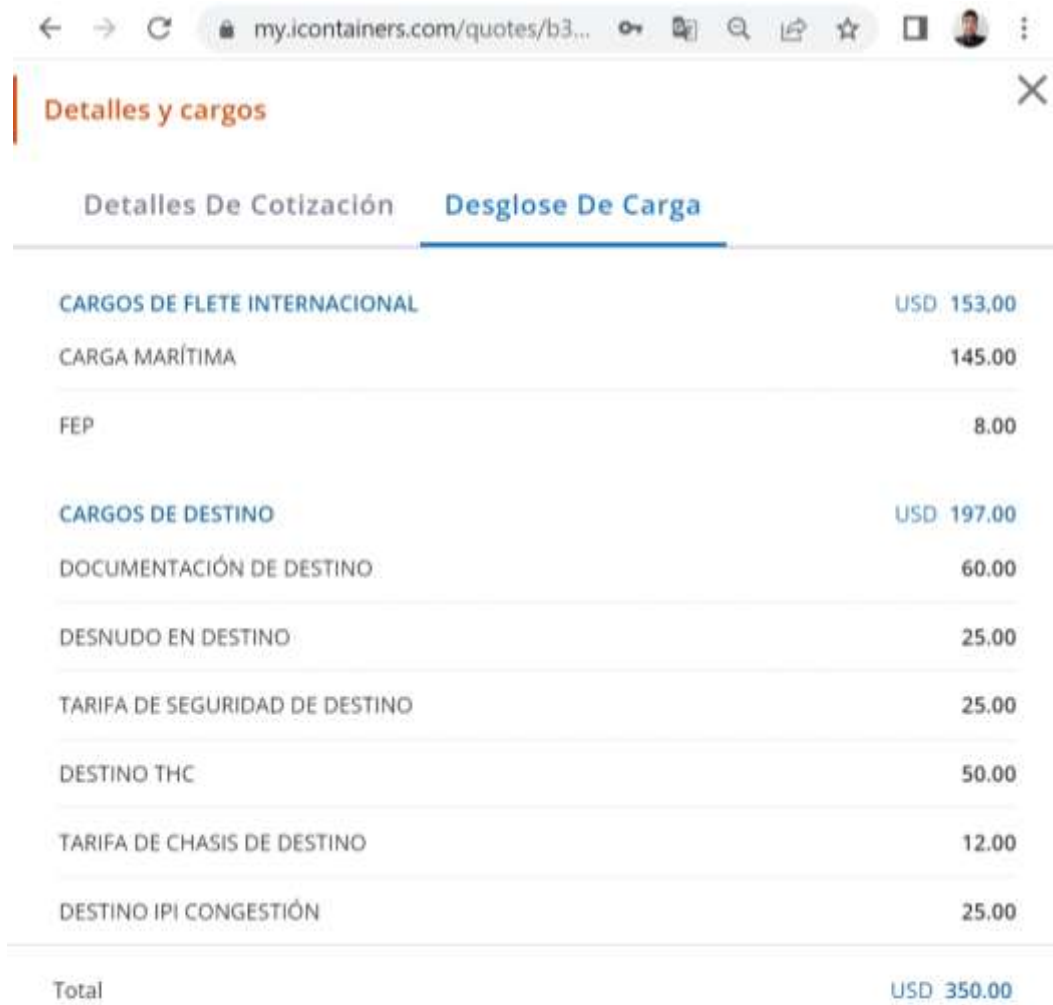
<https://www.icontainers.com/es/calculadora-flete-maritimo/>

**Figura 44**  
*Detalles de la cotización*

DETALLES DE LA RUTA	
Puerto de origen	CALLAO (PECLL)
Puerto de enrutamiento de origen	PECLL (PECLL)
Puerto de enrutamiento de destino	USNYC (USNYC)
Puerto de destino	MIAMI (USMIA)
Tiempo de tránsito estimado	29 días
DETALLES DE CARGA	
Tipo de envío	LCL
Volumen total	0,03 metros cúbicos
Peso total	1000 KG

*Nota.* La cotización es en base a un peso de mil kilogramos, el tiempo de tránsito es de 29 días. Fuente: <https://www.icontainers.com/es/calculadora-flete-maritimo/>

**Figura 45**  
*Desglose de la carga*



Detalles y cargos	
Detalles De Cotización	Desglose De Carga
<b>CARGOS DE FLETE INTERNACIONAL</b>	<b>USD 153,00</b>
CARGA MARÍTIMA	145.00
FEP	8.00
<b>CARGOS DE DESTINO</b>	<b>USD 197,00</b>
DOCUMENTACIÓN DE DESTINO	60.00
DESNUDO EN DESTINO	25.00
TARIFA DE SEGURIDAD DE DESTINO	25.00
DESTINO THC	50.00
TARIFA DE CHASIS DE DESTINO	12.00
DESTINO IPI CONGESTIÓN	25.00
<b>Total</b>	<b>USD 350,00</b>

*Nota.* El costo total del flete desde el puerto del callao hasta el puerto de Miami

tendrá un costo de \$ 350 para 1000 kilos. Fuente:

<https://www.icontainers.com/es/calculadora-flete-maritimo/>

#### 4.2.4 Promoción

En la actualidad la mejor manera de poder llegar a nuestros clientes es mediante el internet, mediante el uso de páginas web, redes sociales, correo electrónico, video llamadas, etc. Nuestro perfil digital tendrá que ser amigable y de fácil navegación para que nuestros clientes puedan conocer al detalle sobre nuestros productos y puedan realizar sus pedidos.

#### Figura 46

*Diseño de nuestra página web*



*Nota.* Elaboración propia

Contaremos con un Community Manager quien se hará cargo del manejo de nuestras redes sociales y publicación de contenido.

A la vez participaremos de las ferias a nivel internacional, especializadas en el sector de productos orgánicos, para darnos a conocer con nuestros futuros clientes. Estas ferias pueden ser presenciales y virtuales:

**BIOFACH.** Es la feria de productos orgánicos más grandes del mundo. Se comercializan productos orgánicos, esta feria se lleva en Nuremberg, Alemania. Y esta es una oportunidad ideal para que los visitantes o compradores conozcan a los productores del mercado orgánico e inspirarse en las últimas tendencias en el sector.

**Figura 47**

*Logo de la Feria virtual BioFach 2020*



*Nota.* La feria Biofach, se lleva a cabo cada año, durante los años de la pandemia esta feria se llevó a cabo de manera virtual. Fuente: <https://www.biofach.de/en>



## Figura 48

### Calendario de Ferias de alimentos orgánicos en Estados Unidos, USA

	<p>Natural Products Expo West 2023 <b>Del 7 al 11 March 2023</b> Anaheim Convention Center Anaheim, Estados Unidos, USA</p> <p>Alimentos orgánicos, Bebidas, Alimentos naturales, Productos naturales, Alimentación</p>
	<p>Organic Growers School Spring Conference 2022 <b>Del 18 al 20 March 2022</b> University of North Carolina Asheville Asheville, Estados Unidos, USA</p> <p>Alimentos orgánicos</p>
	<p>Natural Products Expo East 2022 <b>Del 28 September al 1 October 2022</b> Pennsylvania Convention Center Filadelfia, Estados Unidos, USA</p> <p>Alimentos orgánicos, Alimentos naturales, Productos naturales, Alimentación</p>

*Nota.* Existen varias ferias que promueven el consumo de productos orgánicos en Estados Unidos y estos son una buena ventana para promocionar nuestra marca. Fuente: [https://www.neventum.es/ferias/alimentos-organicos/estados-](https://www.neventum.es/ferias/alimentos-organicos/estados-unidos)

unidos

#### **4.2.4.1 Ferias Virtuales**

En estas, los vendedores cuentan con espacios individuales personalizados, generalmente son similares a los stands, que sirven para promover y vender productos / servicios, obtener más información sobre potenciales compradores, proveedores y también podremos fortalecer las relaciones comerciales con los clientes actuales.

##### **a) ¿Qué es una feria virtual?**

Es un instrumento comercial que ocurre a través de una plataforma digital en línea, con actividades parecidas a ferias cara a cara, pero con la gran ventaja que puede visitar desde cualquier lugar del mundo, mediante el uso de dispositivo electrónico con acceso a la red, las 24 horas del día.

##### **b) Actividades de una feria virtual**

Cada feria virtual es diferente y tiene características peculiares, pero generalmente incluyen las siguientes actividades:

- ✓ Existen tiendas virtuales o perfiles de expositores con información detallada de contacto, incluyen fichas técnicas, fotos y videos.
- ✓ Sesiones virtuales vía streaming, foros y exposiciones con transmisión en vivo.
- ✓ También se cuenta con ruedas de negocios y citas de negocios.

### **c) Ventajas de una feria virtual**

- ✓ Hay bastante flexibilidad en los horarios, ya que los clientes o visitantes pueden acceder a cualquier hora, desde cualquier parte del mundo mediante un dispositivo con acceso a internet.
- ✓ Existe interacción en tiempo real, face to face, entre expositores y visitantes para así poder generar nuevas relaciones comerciales con potenciales clientes.
- ✓ Se cuenta con un formato estandarizado que ayuda a todos los expositores por igual ya que tienen la misma posibilidad de que sus tiendas virtuales sean visitadas.
- ✓ El ingreso de potenciales clientes puede ser gratis, con invitación o previo pago, esto depende del tipo de feria.
- ✓ Los clientes pueden participar sin necesidad de estar presencialmente, sólo es necesario tener un dispositivo con conexión a internet.
- ✓ No existen gastos generados en traslados, viáticos y demás, ya que todo el material es virtual.
- ✓ Se cuenta con información de todos los asistentes a la feria ya que se cuenta con un sistema donde se almacena los datos en una base de datos.

### **d) ¿Para qué participar?**

- ✓ Para tener la posibilidad de publicitar, promocionar y vender nuestros productos.
- ✓ Generar potenciales compradores y también contactarnos con proveedores para poder entablar nuevas relaciones comerciales.

- ✓ Para poder conocer nuevos mercados y saber cuáles son las nuevas tendencias a nivel internacional.
- ✓ Analizar la competencia nacional e internacional.
- ✓ Ser parte de ruedas de negocios.

**Figura 49**

*Feria virtual para realizar negocios*



*Nota.* Con el uso de una computadora y acceso a internet podemos participar de las ferias virtuales. Fuente: PromPeru

## V PLAN TÉCNICO

### 5.1 Localización de la empresa

#### 5.1.1 Macro localización de la empresa

Realizamos una matriz de ponderación de factores para poder elegir el departamento que nos conviene establecer nuestro negocio. Para hacerlo, tenemos las opciones de Lima, Arequipa y Cusco, las variables a considerar son la obtención: obtención de materia prima, facilidad en el proceso de producción y acceso a mano de obra calificada, por lo que atribuimos un peso multiplicado por una escala de clasificación que atribuimos a cada provincia de 1 a 5 puntos.

- Disponibilidad de materia prima: El grano de quinua ofrece un mayor rendimiento en la región de la sierra del país.
- Transporte interno: Ya que nuestros envíos serán vía marítima, tenemos que embarcarlo en el puerto de Callao y para eso tendremos que trasladar nuestros envíos vía terrestre desde nuestra planta hacia el puerto del Callao.
- Contar con servicios básicos como son agua, luz y desagüe para que el proceso de producción de la materia sea adecuado.
- Disponibilidad de terreno: Llevar a cabo un análisis a las diferentes alternativas

de lugares donde instalar nuestra planta.

- Disponibilidad de mano de obra: Es necesario contar con personal que esté capacitado y dispuesto a involucrarse en el proceso productivo.

**Tabla 15**

*Ponderación de Factores de macro localización*

Disponibilidad de la Materia Prima	40%
Transporte interno	30%
Servicios de agua luz y desagüe	10%
Disponibilidad de terreno	10%
Disponibilidad de mano de obra	10%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

**Tabla 16**

*Significado de la Puntuación*

<b>Valor</b>	<b>Significado</b>
5	Optimo
4	Muy Bueno
3	Bueno
2	Regular
1	Deficiente

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

**Tabla 17***Evaluación de los factores de las alternativas de localización*

Factores	Lima		Arequipa		Cusco	
	Puntos	Ponderado	Puntos	Ponderado	Puntos	Ponderado
Disponibilidad de la Materia Prima	2	0.8	4	1.6	5	2
Transporte interno	5	1.5	3	0.9	3	0.9
Servicios de agua luz y desagüe	4	0.4	4	0.4	4	0.4
Disponibilidad de terreno	3	0.3	3	0.3	5	0.5
Disponibilidad de mano de obra	5	0.5	4	0.4	2	0.2
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>3.5</b>	<b>17</b>	<b>3.6</b>	<b>19</b>	<b>4</b>

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

Puntaje de Lima = 3.5

Puntaje de Arequipa = 3.6

**Puntaje de Cusco = 4**

Como se observa el mayor puntaje ponderado lo obtuvo el departamento de Cusco con 4 puntos por lo tanto la localización más conveniente para la planta es el departamento de Cusco.

### 5.1.2 Micro localización de la empresa

Según nuestro análisis elegiremos a Cusco como el lugar en donde se ubicará nuestra planta, a continuación, elaboraremos otra matriz para elegir el distrito dentro del departamento de Cusco donde se instalará la planta.

- Seguridad: es vital que el lugar elegido cuente con seguridad para que nuestras instalaciones no sean víctimas de robo y o exista daño a las instalaciones.
- Transporte interno: tenemos que considerar que nuestros productos deben ser trasladados hasta el Callao, lugar del puerto de embarque.
- Servicios de agua luz y desagüe: evaluar la disponibilidad de los servicios dentro de los distritos y sobre todo analizar los costos.
- Disponibilidad del terreno: elegir la ubicación con menor precio y que cuente con posibilidad de desarrollo.
- Disponibilidad de mano de obra: deberá existir personal que esté capacitado y que viva en las zonas aledañas de la empresa.

Para elaborar nuestro cuadro de Ponderación de Factores consideramos a 3 Distritos como las posibles ubicaciones de nuestra planta:

1. Sicuani
2. Cusco
3. Colquemarca



**Tabla 18***Ponderación de Factores micro localización*

Seguridad	25%
Transporte interno	25%
Servicios de agua luz y desagüe	20%
Disponibilidad de terreno	10%
Disponibilidad de mano de obra	20%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

*Nota. Fuente: Elaboración propia***Tabla 19***Significado de la Puntuación*

Valor	Significado
5	Optimo
4	Muy Bueno
3	Bueno
2	Regular
1	Deficiente

*Nota. Fuente: Elaboración propia***Tabla 20***Evaluación de los factores de las alternativas de micro localización*

Factores	Colquamarca		Cusco		Sicuni	
	Puntos	Ponderado	Puntos	Ponderado	Puntos	Ponderado
Seguridad	5	1.25	3	0.75	4	1
Transporte interno	3	0.75	4	1	3	0.75
Servicios de agua luz y desagüe	4	0.8	4	0.8	4	0.8
Disponibilidad de terreno	4	0.4	1	0.1	2	0.2
Disponibilidad de mano de obra	2	0.4	4	0.8	3	0.6
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>3.6</b>	<b>16</b>	<b>3.45</b>	<b>16</b>	<b>3.35</b>

*Nota. Fuente: Elaboración propia*

**Puntaje de Colquamarca = 3.6**

Puntaje de Cusco = 3.45

Puntaje de Sicuani = 3.35

Como se observa el mayor puntaje ponderado lo obtuvo el distrito de Colquamarca con 3.6, por lo tanto, la localización más conveniente para la planta es el distrito de Colquamarca.

La dirección de la planta será en la carretera salida a Espinar SN, en donde se cuenta con un almacén de más de 120 metros cuadrados.

**Figura 50**

*Ubicación de la planta procesadora en Colquamarca*



*Nota.* Nuestra planta de procesamiento se ubicará en el distrito de Colquamarca, en la carretera hacia Espinar. Fuente: Google Maps

## 5.2 Tamaño del negocio

La capacidad instalada que deberá tener la empresa Incas Gold, para poder cumplir con la demanda generada del mercado objetivo será expresada en el volumen de producción, en un periodo de tiempo específico, para nuestro caso, será mensual.

Según nuestras estimaciones para el primer año necesitaremos como mínimo producir 20,424 kilos de harina de quinua para cubrir nuestra porción de mercado.

Lo que implica que la producción por día debe ser como mínimo de 577 unidades, para poder cubrir las 45053 unidades por temporada, para producir esta cantidad se necesitara de unos 300 kilos de quinua ya molida, elaborados con 3 operadores, trabajando 8 horas diarias.

**Tabla 21**

*Capacidad instalada de la producción de harina de quinua*

Producto:	Harina de Quinua	
Capacidad	Producción total diaria	300 kilogramos / 3 operadores
Instalada al 100%	Producción total mensual	7500 kilogramos / 3 operadores

*Nota.* Elaboración propia

### 5.2.1 Layout

El termino layout hace referencia a la distribución de los elementos y las formas dentro de un diseño, a continuación, se muestra el diseño de las instalaciones de la planta, esta se encontrará ubicada en la carretera salida a Espinar S/N, del distrito de Colquemarca, provincia de Chumbivilcas, con un área de 120.0m<sup>2</sup> (12.0 m x 10.0 m)

el cual está dividido en 5 zonas, dos oficinas administrativas y un par de baños:

**Figura 51**  
*Instalaciones de la Empresa*



*Nota.* En la distribución de zonas de trabajo en nuestra planta contaremos con 5 ambientes para la producción y 2 oficinas administrativas, además de un área amplia de desplazamiento y baños. Fuente: Elaboración propia

### **5.3 Necesidades**

Para poner en marcha la empresa Incas Gold, necesitaremos de máquinas industriales, mano de obra directa y administrativa, materia prima, mobiliario y materiales de oficina.

#### **5.3.1 Maquinas, equipos y utensilios**

Para nuestro proceso de producción requeriremos de lo siguiente:

##### **1) Molino de granos sólidos**

- ✓ La capacidad de este molino, es de hasta 300 kg/h.
- ✓ Es de material de acero inoxidable, lo que permite un mejor procesamiento y una mejor calidad de harina.
- ✓ Posee 36 martillos de alto impacto, por lo que recibe el nombre de molino de martillo.
- ✓ Posee una malla granulométrica intercambiables desde 0.5 hasta 4.0, lo que permite una mayor exactitud al moler el grano.
- ✓ Recuperador de Polvos tipo cirocco|equipado con un motor de 4 Hp de alta velocidad.
- ✓ Incluye tubos y accesorios
- ✓ Precio de s/. 3900.00
- ✓ Cantidad, 1 unidad

**Figura 52**  
*Molino de granos*



*Nota.* El molino de granos funciona a base de energía eléctrica, con una capacidad de hasta 300 kilos por hora. Fuente: [www.mercadolibre.com.pe](http://www.mercadolibre.com.pe)

## **2) Balanzas industriales de plataforma**

- ✓ Marca: PATRICK´S
- ✓ Modelo: TCS-C
- ✓ Doble pantalla: cliente-vendedor
- ✓ Capacidad: 300kg. /50g
- ✓ Precisión: 50 Gramos
- ✓ 5 display LCD

- ✓ Plataforma estriada
- ✓ Energía: 220v - 50/60hz
- ✓ Batería recargable: dc 4V / 6A.
- ✓ Cargador de corriente eléctrica con adaptador 6V/ 500mA.
- ✓ Teclado con 25 botones y switch de encendido frontal.
- ✓ Precio de S/. 500.00
- ✓ Cantidad, 2 unidades

**Figura 53**  
*Balanza Electrónica*



*Nota.* La capacidad de la balanza es de 300 kilos, esta balanza nos servirá para pesar los materiales prima al momento de recepcionarlo de los proveedores. Fuente: [www.mercadolibre.com.pe](http://www.mercadolibre.com.pe)

### 3) Balanzas de precisión

- ✓ Capacidad: 500g
- ✓ Unidades de pesaje: gramos, onzas.
- ✓ Potencia: 2x pilas AAA (no incluidas)
- ✓ Medidas de peso (gramos, onzas y libras).
- ✓ Cuenta con sensor de alta precisión.
- ✓ Precio de S/. 55.00
- ✓ Cantidad, 5 unidades

#### **Figura 54**

*Balanza para gramos y onzas*



*Nota.* Esta balanza tiene la función de pesar cantidades menores entre onzas y gramos, nos servirá para el empaquetado. Fuente:

[www.mercadolibre.com.pe](http://www.mercadolibre.com.pe)



#### 4) Impresora portátil

Dicho dispositivo nos servirá para imprimir en los empaques, la fecha de vencimiento, código de barras, códigos QR, etc. y demás información adicional para cada empaque. La tinta que utiliza es la misma de cualquier impresora que existe en el mercado.

El precio de esta impresora en el mercado local asciende a más de \$ 680.00 pero en nuestro caso importaremos el equipo desde el extranjero a un precio más accesible el cual es de S/. 750.00 incluido el envío, esto tarda un mes aproximadamente, para dicha importación utilizaremos la plataforma aliexpress.com y la cantidad requerida para nuestra empresa es de 1 unidad.

**Figura 55**  
*Impresora portátil*



*Nota.* Esta impresora nos servirá para poder imprimir en nuestros empaques, tanto las fechas de producción, caducidad y demás como códigos qr, códigos de barra, etc. Fuente: [www.aliexpress.com](http://www.aliexpress.com)

**Figura 56**  
*Plataforma de compra de la impresora portátil*



*Nota.* Este dispositivo es muy escaso y costoso en el Perú, es por eso que optamos por importarlo desde China a un precio más bajo y según nuestros requerimientos. Fuente: [www.aliexpress.com](http://www.aliexpress.com)

**Figura 57**  
*Funciones de la impresora portátil*



*Nota.* Con la impresora portátil podemos hacer todos estos diseños en cada empaque de forma personalizada. Fuente: [Aliexpres.com](http://Aliexpres.com)

## 5) Maquina selladora de empaques

- ✓ No requiere tiempo de calentamiento.
- ✓ Control de temporizador ajustable significa que el sellador funcionará eficazmente en prácticamente cualquier grosor de bolsa, hasta 6 mils.
- ✓ Sella cualquier bolsa hecha de material termosellable en segundos y recorta fácilmente el exceso.
- ✓ Se apaga automáticamente cuando no está en uso.
- ✓ Precio S/. 110.00
- ✓ Cantidad, 5 unidades

### Figura 58

*Maquina selladora de empaques*



*Nota.* Este artículo es de fácil uso y sirve para poder sellar herméticamente los empaques manualmente. Fuente: [www.mercadolibre.com.pe](http://www.mercadolibre.com.pe)

## 6) Mesas de acero inoxidable

- ✓ Ancho 60 cm
- ✓ Longitud 130 cm
- ✓ •Altura 90 cm
- ✓ Bandeja Superior con Bordes Encajonados de 10 cm
- ✓ Omegas Inferiores de Refuerzo
- ✓ 04 Patas en Tubo de Ø 1 1/2" (38 mm)
- ✓ Material Acero Inoxidable de 1/20" de Espesor Calidad 304
- ✓ Soldado con Proceso TIG
- ✓ Acabado Pulido Sanitario
- ✓ Precio de S/. 750.00
- ✓ Cantidad, 2 unidades

### Figura 59

*Mesas de trabajo*



*Nota.* Estas mesas nos servirán para el proceso de selección de materia prima, están hechas a base de acero inoxidable. Fuente:

[www.mercadolibre.com.pe](http://www.mercadolibre.com.pe)

## 7) Utensilios diversos

- ✓ Baldes de acero quirúrgico para transporte capacidad 25 kilos.
- ✓ Palas medidoras de 2 kilos y de 500 gramos.
- ✓ Palas remo, para esparcir materia prima.
- ✓ Precio S/. 199.00
- ✓ Cantidad, 5 juegos

**Figura 60**  
*Utensilios Diversos*



*Nota.* Estos utensilios nos servirán para poder clasificar, transportar y pesar el producto terminado. Fuente: [www.olx.com.pe](http://www.olx.com.pe)

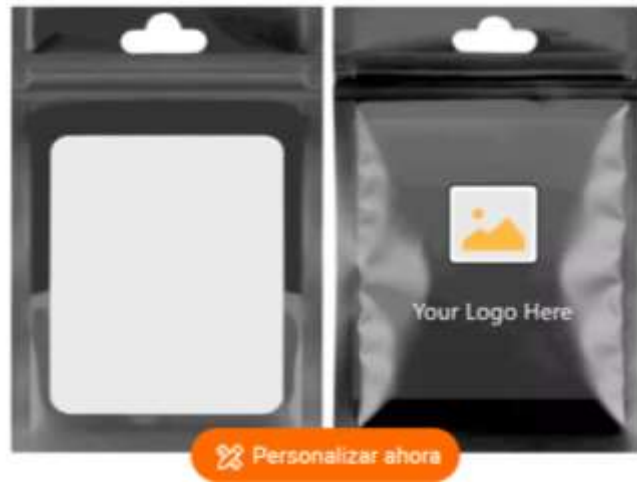
## 8) Bolsas

Para embolsar la harina de quinua utilizaremos bolsas de papel de aluminio Ziplock impresas y personalizadas, Bolsas de Mylar 3.5 gramos. Este tipo de bolsas no son muy fabricadas en nuestro país, es por eso que lo importaremos desde un proveedor de China, quien nos envió la cotización a un precio muy accesible por compras por cantidad, saliendo a un aproximado de 0.15

céntimos de sol la unidad de bolsa con capacidad de 16 onzas (454 gramos)  
incluido la impresión de nuestro logo.

- ✓ Material de la primera capa: PA, PET, BOPP, MATT OPP
- ✓ Material intermedio: PET, PA, VMPET, AL, PAPEL KRAFT
- ✓ El material de la última capa: PE, CPP, RCPP
- ✓ Stand Up, Zip Lock, Zipper Top, A prueba de humedad, Sellado fuerte,  
Ventana transparente
- ✓ Material y tinta de calidad alimentaria de seguridad, embalaje ecológico  
\*Nuevo material y calidad estable
- ✓ A prueba de luz y humedad
- ✓ Recierre y Fácil de Abrir
- ✓ Diseño atractivo

**Figura 61**  
*Bolsas Ziplock para embolsar la harina*



*Nota.* Las bolsas cuentan con un cierre, que es muy práctico para su uso, también contara con nuestro logo en cada empaque. Fuente:

[www.aliexpres.com](http://www.aliexpres.com)

**Figura 62**  
*Empresa proveedora de los empaques*



*Nota.* La empresa que nos proveerá de estas bolsas es la Empresa YIWU QIANCHENG PACKING CO.LTD, que se encuentra en el país de China. Fuente:

[www.aliexpres.com](http://www.aliexpres.com)

## 9) Cajas de cartón

Nuestras cajas de cartón también serán producidas en el exterior, Lugar de Origen: Vietnam

- ✓ Uso industrial: Todos
- ✓ Tipo de papel: Papel, Papel metalizado 250gsm - 450gsm
- ✓ Manejo de impresión: Laminación mate, Barnizado, Estampado, Relieve, Laminación brillante, Recubrimiento UV, DESVANECIMIENTO, Lámina dorada, Laminado - Calandrado
- ✓ Rasgo: Reciclable
- ✓ Forma: personalizado
- ✓ Tipo de caja: Caja de papel
- ✓ Las medidas son h (24.5 cm) x l (15.5 cm) x a (6.5 cm)
- ✓ Capacidad de 16 onzas (454 gramos)
- ✓ El precio por mayor es de \$ 0.35 (S/. 1.33) la unidad incluido el envío hasta nuestras instalaciones.

La empresa proveedora es de nacionalidad Vietnamita Printing Joint Stock Company No.7 está ubicada en la ciudad de Hochiminh. Son unos fabricantes profesionales de impresión y embalaje con más de 45 años de experiencia. Cuenta con avanzada tecnología de máquinas con personal profesional, proceso de producción síncrono cerrado y sistema de gestión en constante mejora hacen que Printing No.7 se convierta en una de las principales empresas de impresión de Vietnam. Sus principales productos son cajas y etiquetas de papel para cosméticos, productos farmacéuticos, alimentos, artículos de papelería y otras necesidades: folletos, catálogos,



calendarios, etc. Además de los productos de papel, también ofrece cajas de PET/PP (de 0,25 a 0,5 mm), impresión offset y soluciones de embalaje. Sus productos se exportan a Japón, Europa, Estados Unidos y otros países.

**Figura 63**

*Modelo de caja de empaque*



*Nota.* En la imagen observamos un modelo de la calidad de los productos que ofrece la empresa proveedora. Fuente: [www.aliexpress.com](http://www.aliexpress.com)

## **10) Precintos de seguridad para empaques**

Con la finalidad de sellar nuestras cajas y darle un acabado de calidad, optaremos por pegarle stickers como precintos de seguridad en la parte de la abertura de la caja, de igual forma estos aditamentos los importaremos de una empresa China, que según la cotización nos ofrece un precio accesible por compras a gran cantidad y por si fuera poco también nos ofrece personalizar según nuestro requerimiento, el costo de unidad es de S/. 0.076 céntimos por

unidad.

#### **Figura 64**

*Stickers de seguridad para sellar las cajas*



*Nota.* Contaremos con sellos de seguridad para cada caja, esto con la finalidad de darle un acabado de calidad. Fuente: [www.aliexpres.com](http://www.aliexpres.com)

#### **11) Cajas de cartón para embalaje**

Las cajas de cartón serán para empaquetar grandes cantidades de nuestro producto, serán de material micro corrugado, de 4 solapas, las medidas serán h (50 cm) x l (93 cm) x a (40 cm) con capacidad de 72 cajas de 16.475 onzas (467 gramos) haciendo un total de 33.6 kilogramos, nuestro proveedor será la empresa Cartypal SAC. Quien nos cotizo la unidad de caja a S/ 3.00, nuestro requerimiento serán 626 cajas para nuestro primer año.

**Figura 65**

*Cajas para paletizar los envíos*



Nota. Estas cajas serán embaladas para el envío al exterior. Fuente: Pagina web de la empresa Cartypal

**Figura 66**

*Logo de la empresa proveedora de las cajas de cartón*



Nota. Esta empresa es peruana y nos proveerá con las cajas de cartón

### **5.3.2 Mano de obra directa y personal administrativo**

Para que nuestra empresa Incas Gold, lleve a cabo su proceso de producción, necesitara del siguiente personal:

**Tabla 22**  
*Personal requerido*

Área	Recurso Humano	Cantidad
Administrativa	Gerente General	1
	Encargado de exportaciones	1
Producción	Encargado de Producción	1
	Operarios	3

*Nota.* Se contará con 6 personas para toda la empresa.

Fuente: Elaboración propia

El periodo de contratación del personal del área de Producción será por campaña, que equivale a 3 meses al año y este se podrá renovar de acuerdo al requerimiento del mercado internacional. El área administrativa funcionara todo el año.

Los beneficios laborales de nuestros colaboradores según nuestra clasificación de Pequeña Empresa son, Seguro Integral de Salud de 9%, 15 días de vacaciones por año laborado, 2 gratificaciones al año (fiestas patrias y navidad) equivalentes a medio sueldo cada uno, les corresponde también la CTS correspondiente a medio sueldo al año.

### **5.3.3 Materia prima**

La quinua en grano será proveída por la Asociación de productores andinos orgánicos Llinkasunchis Wayquey, quienes se ubican en la provincia de Chumbivilcas, distrito de Colquemarca, dicha asociación cuenta con más de 200 productores de Quinoa Orgánica, también cuentan con certificación de producto orgánico.

La asociación se encuentra en la capacidad de abastecernos las más de 22 toneladas de quinua orgánica al año que necesitamos para nuestro primer año, ya que su nivel de producción al año supera ampliamente nuestra demanda.

Según se pudo negociar con el responsable de la Asociación, ellos pondrían toda la materia prima en nuestra planta procesadora que se ubicara en el mismo distrito de Colquemarca, el precio del kilo del grano de quinua orgánica oscilara según el precio actual del mercado, que ascendería a unos S/. 7.00 por kilo.

### 5.3.4 Mobiliario y materiales de oficina

**Tabla 23**  
*Mobiliario y materiales requeridos*

Área	Mobiliario	Cantidad
Administrativa	Escritorio	3
	Sillas giratorias	3
	Estantes	3
	Laptops	3
	Impresoras	1
	Calefactores	3
	Útiles de oficina	
Producción	Lockers	1
	Baldes y/o recipientes	5
	Útiles de limpieza y desinfección	
	Equipos de Protección Personal	
	Luces de emergencia	5
	Botiquín	1
	Extintor	1
	Calefactores	2

*Nota.* Elaboración propia

## **5.4 Costos**

### **5.4.1 Costos Variables**

Durante el proceso de estructuración de costos, se considera a todos aquellos que dependen directamente en la producción. La quinua en grano, representa el costo más elevado, seguido por el costo logístico de exportación y por último el transporte de los bienes.

Para cubrir la demanda del primer año, necesitaremos procesar 20424 kilos de Quinua, nuestras presentaciones son de 16 onzas (454 gramos) lo que implica que necesitamos producir 45053 cajas de harina de quinua.

Para lograr transportar nuestro producto terminado desde nuestra planta procesadora ubicada en Colquemarca hasta el puerto del Callao solicitaremos los servicios de transporte Expreso Marvisur quienes, según su tarifario de la página web, el precio de envío por kilogramo hasta el puerto de callao es de S/. 0.65.

El costo para exportar hacia el mercado de Florida será asumido por nosotros, el precio FOB será de \$350 por cada mil kilos, lo que equivale a S/. 1330.00 y por cada kilo a S/. 1.33

**Tabla 24**  
*Resumen de costos variables*

<b>Ítem</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio kilo/unidad</b>	<b>x Total</b>
Quinua en grano	20424 kilos	S/. 7.00	S/. 142968.00
Bolsas	45053 und.	S/. 0.15	S/. 6757.95
Cajas	45053 und.	S/. 1.33	S/. 59920.49
Precintos seguridad	45053 und.	S/. 0.076	S/. 3424.02
Cajas para envío	626 und.	S/. 3.00 (0.019)	S/. 1878.00
Transporte local	20424 kilos	S/. 0.65	S/. 13275.60
Transporte internacional	20424 kilos	S/. 1.33	S/. 27163.00
<b>Total</b>		<b>S/. 9.22</b>	<b>S/. 255387.06</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Tabla 25**  
*Costos variables proyectados por año*

<b>Ítem</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Quinua grano	S/. 142,968.0	S/.157,264.80	S/.172,991.28	S/.190,290.41	S/.209,319.45
Bolsas	S/. 6,757.95	S/.7,433.75	S/.8,177.12	S/.8,994.83	S/.9,894.31
Cajas	S/. 59,920.49	S/.65,912.54	S/.72,503.79	S/.79,754.17	S/.87,729.59
Precintos seg.	S/. 3,424.02	S/.3,766.42	S/.4,143.06	S/.4,557.37	S/.5,013.11
Cajas envío	S/. 1,878.00	S/.2,065.80	S/.2,272.38	S/.2,499.62	S/.2,749.58
Transporte	S/. 13,275.60	S/.14,603.16	S/.16,063.48	S/.17,669.82	S/.19,436.81
Transporte inter	S/. 27,163.00	S/. 29,879.3	S/. 32,867.23	S/. 36,153.95	S/. 39,769.34
<b>Total S/.</b>	<b>255,387.06</b>	<b>280,927.76</b>	<b>309,021.34</b>	<b>339,924.17</b>	<b>373,917.18</b>

*Nota.* Según nuestras proyecciones nuestras ventas se incrementarán en un 10%

cada año, según nuestros objetivos estratégicos. Elaboración propia



Los gastos de ventas se aplican directo a las ventas, como principal ítem consideramos la comisión del Agente Intermediario quien nos cobrara un 5% de las ventas totales y un costo fijo para publicidad de \$526 dólares, equivalentes a S/. 2000.00

**Tabla 26**  
*Proyección de Gastos de Ventas*

<b>Gastos de ventas</b>					
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
5% de las ventas	S/.41,088.34	S/.45,197.17	S/.49,716.89	S/.54,688.58	S/.60,157.43
Comisión fija	S/.2,000.00	S/.2,000.00	S/.2,000.00	S/.2,000.00	S/.2,000.00
<b>Totales</b>	<b>S/.43,088.34</b>	<b>S/.47,197.17</b>	<b>S/.51,716.89</b>	<b>S/.56,688.58</b>	<b>S/.62,157.43</b>

*Nota.* Las comisiones son fijadas por nuestra empresa intermediaria en EE.UU.

#### 5.4.2 Costos Fijos

Para determinar los costos fijos consideramos aquellos costos generados para que la planta opere y del área administrativa y marketing de manera periódica y constante.

**Tabla 27**  
*Planilla de personal en planilla, bajo el régimen Mype*

Cant.	Cargo	Sueldo	Vacaciones	SIS 9%	CTS	Gratificaciones	Costo Mensual
1	Gerente General	S/.2,200	S/.91.67	S/.198.00	S/.91.67	S/.183.33	S/.2,764.67
1	E. Exportaciones	S/.1,800	S/.75.00	S/.162.00	S/.75.00	S/.150.00	S/.2,262.00
1	E. Producción	S/.1,800	S/.75.00	S/.162.00	S/.75.00	S/.150.00	S/.2,262.00
3	Operarios	S/.3,600	S/.150.00	S/.324.00	S/.150.00	S/.300.00	S/.4,524.00
<b>TOTAL</b>							<b>S/.11,812.67</b>

*Nota.* Elaboración propia

La fuente principal para el funcionamiento de nuestras maquinas será la energía

eléctrica y la máquina que más energía consume será el molino de granos, según sus especificaciones tiene un motor de 4HP, lo que equivale a Kwh: 0,552 por hora de funcionamiento y el costo de kilowatts en la zona de Colquemarca es de S/. 0.8484, (Electro sur este S.A.) y el funcionamiento de nuestro molino y otros dispositivos electrónicos será de 220 horas para cubrir la demanda del año 1, lo que equivale a S/ 186.6. En cuanto al consumo de las instalaciones será el básico, que asciende a S/. 25.00 al mes.

En la planta procesadora contaremos con el servicio de agua, solo para los servicios básicos, ya que nuestro proceso de producción no requiere de agua y el costo del servicio en el distrito de Colquemarca para el consumo básico es de S/. 10.00 al mes.

En el local contaremos con el servicio de internet, según la zona en la que se encontrara nuestra planta, la empresa Movistar es la que tiene mejor cobertura y velocidad, el costo es de S/. 60.00 al mes.

Nuestra planta estará ubicada en la carretera hacia Espinar, el precio del alquiler del local será de S/. 700.00 al mes.

Contaremos con asesores externos para el área de contabilidad y un Community Manager para que se haga cargo de nuestras redes sociales y creación de contenido. El costo mensual de ambos servicios asciende a S/.700.00 al mes. Para el servicio de limpieza y mantenimiento contrataremos a una persona bajo la modalidad de locación de servicios y el presupuesto asignado será de S/. 400.00 al mes.

**Tabla 28**  
*Resumen de costos fijos*

<b>Ítem</b>	<b>Costo al año</b>
Planilla	S/. 67,450.20
Alquiler del local	S/. 8,400.00
Energía Eléctrica	S/. 486.66
Servicio de agua	S/. 120.00
Internet	S/. 720.00
Asesores externos	S/. 8,400.00
Personal de limpieza	S/. 4,800.00
<b>Total</b>	<b>S/. 90,376.86</b>

*Nota.* Elaboración propia

## **5.5 Proceso de producción u operación**

### **5.5.1 Recepción y acopio**

Durante este proceso se llevará a cabo la recepción de la materia prima, para lo cual contaremos con espacios adecuados para dicha actividad, nuestros proveedores ya nos entregan la quinua lavada y lista para el proceso de molido. Al momento de sellar el contrato de proveer la materia prima, se quedó que la cooperativa nos entregara la materia prima en nuestras instalaciones, ellos previamente se encargaran de clasificar y eliminar la saponina de la quinua, mediante el lavado continuo del grano. Las entregas de la materia prima serán de manera continua, cada semana nos entregarán una cuarta parte del total requerido, hasta cumplir con el total de lo solicitado. Esto con la finalidad de evitar aglomerarnos con la materia prima.

### **5.5.2 Pesado y verificación del producto**

Aquí se contará con un espacio amplio y cómodo, además se contará con una balanza industrial para el pesado de la cantidad recepcionada, al mismo tiempo se contará con una plataforma para extender y verificar la calidad de la materia prima recibida. Según lo convenido con la cooperativa se rechazará la materia prima que no cumpla con los estándares mínimos de calidad acordados. El encargado de producción es el responsable de esta tarea junto a 2 operarios que tomarán las 2 primeras horas del día para inspeccionar al detalle la calidad del producto.

### **5.5.3 Proceso de Molienda**

En esta zona se contará con un molino a base de martillos cuya capacidad al 100% es de hasta 300 kilogramos por hora, aquí se contará con un personal exclusivo para esta tarea. La granulometría de la harina de quinua oscilará entre las 150 y 400 micras. El proceso de molido se realizará por un periodo de 1 hora al día, produciendo unos 300 kilos al día. Para poder tener la materia prima disponible para las siguientes fases del proceso de producción, este proceso se adelantará 1 día para que al día siguiente las otras áreas tengan disponible la materia prima y que no se detenga el flujo.

### **5.5.4 Envasado y pesado**

Aquí contaremos con 1 operario que se encargará de llenar en las bolsas a mano la harina de quinua con la ayuda de una medidora de 16 onzas y pesándola con el uso de las balanzas verificando que el peso sea exacto, 16 onzas, equivalentes a 454

gramos. Al día tendrá que envasar 577 bolsas de 16 onzas, consultando con un conocedor del tema nos indica que le tomara 4 horas al día como máximo. Durante esta etapa el operario tendrá que cumplir con verificar la calidad del producto y rechazar o desechar aquel producto que no cumpla con las características de calidad.

#### **5.5.5 Verificación del contenido**

Luego del envasado se procede a corroborar que el peso sea exacto de 16 onzas más el peso de la bolsa que tiene un peso de 0.125 onzas (3.5 gramos) teniendo como peso final 16.125 onzas, de encontrar un producto que no cumpla con la medida establecida, este será devuelto al área de pesado y envasado para su corrección. Una vez corroborado el pesado el operario se encargará de sellar la bolsa, primero mediante el cierre ziplock que tiene cada bolsa, luego de eso lo sellara con la maquina selladora, durante este proceso el operario tendrá que vigilar por la calidad del producto y si encuentra alguno que no cumpla con los requerimientos establecidos, deberá rechazarlos. Al día tendrá que sellar 577 bolsas de 16 onzas al día, según la experiencia de un conocedor esto le tomara como máximo 5 horas.

#### **5.5.6 Empaquetado y sellado**

Luego de que las bolsas se encuentran selladas la siguiente fase es empaquetarlos en las cajas (0.35 onzas), para este proceso se contara con 1 operario que pondrá las bolsas de 16 onzas selladas en las cajas individuales y los sellara con el sticker precinto de seguridad. En simultáneo el otro operario disponible se encargará de colocar la fecha de producción y fecha de caducidad en cada caja, haciendo uso de la impresora portátil que va ser programada previamente por el

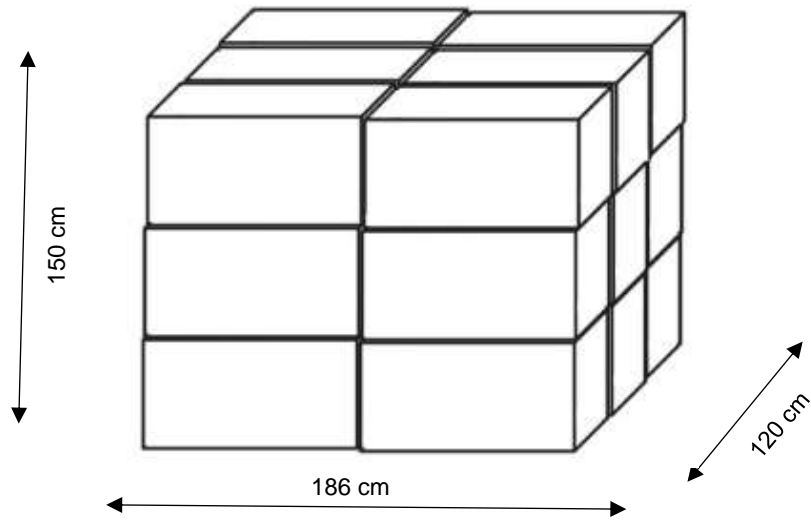
encargado de producción. Al día se tendrá que empaquetar y sellar 577 cajas, este proceso tardara 2 horas al día.

### **5.5.7 Consolidado y paletizado**

Para finalizar dos operarios se encargarán de empaquetar las cajas de 16.48 onzas (incluye el peso de la materia prima, bolsa y caja) en las cajas grandes de h (50 cm) x l (93 cm) x a (40 cm) con capacidad de 72 cajas de 16.475 onzas (467 gramos) haciendo un total de 33.6 kilogramos, los pallets tendrán una medida de 1.86 metros de ancho por 1.2 metros de largo, se apilarán bloques de 9 cajas, se contará con 3 pisos, cada piso tendrá 3 cajas y se forraran con film o lamina de embalaje. El peso final de cada bloque de 9 cajas contiene 648 unidades con un peso de 302.6 kilos. Luego se procede a almacenarlos en un ambiente a temperatura ambiente.

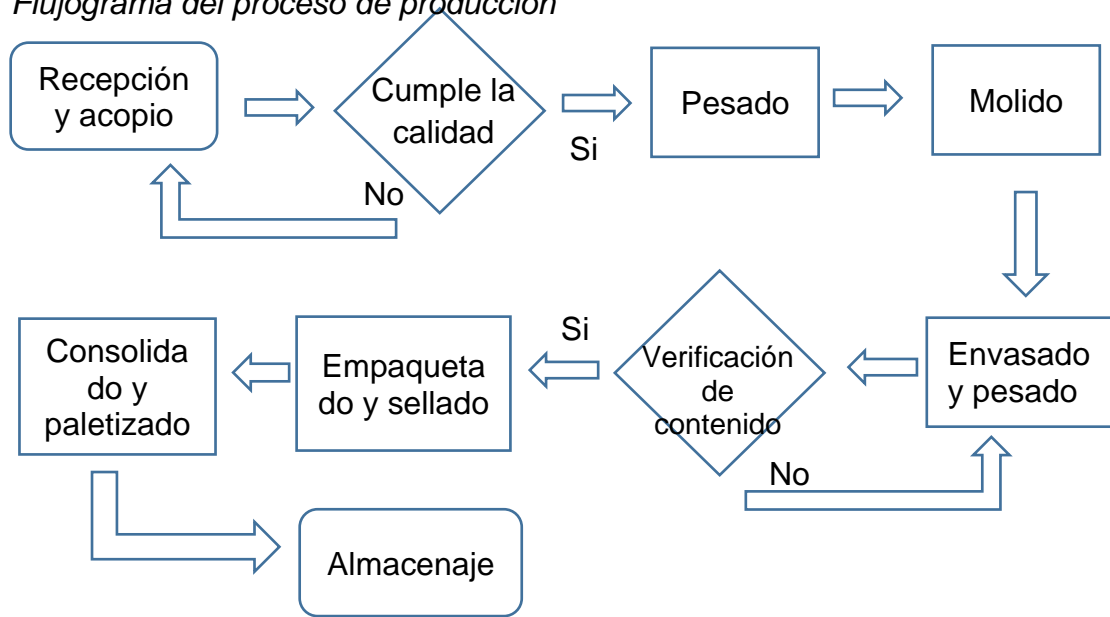
**Figura 67**

Modelo del paletizado de cajas



*Nota.* Elaboración propia

**Figura 68**  
*Flujograma del proceso de producción*



*Nota.* Elaboración propia



## 5.6 Certificaciones necesarias

En el mercado de estados unidos la autoridad encargada de cuidar la calidad de los productos alimenticios y medicamentos es la FDA (Food and Drug Administration).

### 5.6.1 Certificaciones obligatorias

#### a. Certificado Fitosanitario

La harina de quinua, se encuentra en la categoría de riesgo fitosanitario de CRF (3) y para poder exportar se debe contar con la certificación fitosanitaria otorgada por el SENASA - Perú y el trámite puede realizarse vía web en VUCE (ventanilla única de comercio exterior). Este certificado se obtendrá por cada embarque o cada lote.

Son 5 los pasos para obtener esta certificación:

#### 1. Presenta tu solicitud

Podemos acercarnos a la mesa de partes de la Dirección Ejecutiva de SENASA. Debemos llevar la solicitud debidamente diligenciada o en su defecto en blanco y solicitar orientación para llenarla, o ingresar a la plataforma vuce: <https://authorize.vuce.gob.pe/public/login-options/mercancias-restringidas>

#### 2 Paga tu trámite

El costo del certificado es de S/ 43.20 a una de las cuentas del Senasa, este

costo no incluye la Inspección fitosanitaria o verificación, por lo general este costo depende de la carga y será calculado en mesa de partes.

### 3 Coordina la inspección

Luego de cancelar el pago y si todo está bien, el inspector coordinará con nosotros vía correo electrónico o llamada telefónica, sobre la fecha de la visita, por lo general esta se da en un plazo aproximado de 3 días laborables; caso contrario, nos enviará un correo para indicarnos cuáles son las correcciones que debemos hacer.

### 4 Recibe al inspector

En la fecha señalada, se tendrá que mostrar la carga a exportar al inspector y si no hubiera ninguna observación, podremos recoger la autorización, pero si llegase a haber observaciones, este nos indicara la forma como levantar dichas observaciones.

### 5 Recoge tu certificado

Una vez finalizado los pasos anteriores, tenemos 7 días hábiles, podremos recoger el documento en la sede del Senasa donde iniciamos la solicitud.

## **b. Certificado de producto orgánico**

Incas Gold, no cuenta con sus campos de cultivo, ya que durante los primeros años solo seremos acopiadores, nuestros proveedores de quinua será la Asociación de productores andinos orgánicos Llankasunchis Wayquey, ellos ya cuentan con esta

certificación, pero según nuestros objetivos estratégicos, nosotros debemos contar con nuestros propios campos de cultivo a partir del 5 año y para eso debemos contar con la certificación de producto orgánico.

Existen varias compañías de certificación de productos orgánicos, pero según nuestra investigación, contaremos con la certificación de la empresa USDA ORGANIC, los productos orgánicos del USDA deben producirse a través de prácticas agrícolas que mantengan y mejoren la calidad del suelo y el agua, minimizan el uso de material no permitido o sintético, mantenga la biodiversidad y prevenga la modificación genética, entre otros factores. Estos cultivos serán certificados como orgánicos si se cultivan sin sustancias prohibidas, para lograr esta certificación se evalúa durante 3 años los procesos de cosecha que no tengan fertilizantes prohibidos y pesticidas sintéticos.

**Figura 69**

*Logo del certificado de producto orgánico*



*Nota.* Fuente: Pagina web de la empresa USDA

## **Cómo obtener la certificación orgánica**

Las empresas certificadoras son los encargados de verificar que los productos orgánicos del USDA cumplan con los estándares establecidos. Son 5 los pasos básicos para obtener la certificación orgánica:

1. La empresa debe adoptar prácticas orgánicas, lo primero será seleccionar un agente certificador acreditado por el USDA y presentar una solicitud y el agente certificador le facilitará las tarifas.
2. El agente certificador evalúa la solicitud para constatar que las prácticas en el proceso de siembra, cosecha cumplan con las regulaciones orgánicas del USDA.
3. Un inspector lleva a cabo una inspección in situ de la operación del solicitante.
4. El agente certificador analiza la solicitud y emite un informe para determinar si el solicitante cumple con las regulaciones orgánicas del USDA.
5. Y por último el certificador emite el certificado orgánico.

Para conservar la certificación orgánica, los campos de cultivo deberán de pasar por un proceso de revisión e inspección anual.

## **¿Cuánto cuesta la certificación orgánica?**

Los costos o tarifas reales de certificación varían ampliamente según el agente certificador y el tamaño, tipo y complejidad de su operación. Los costos de certificación pueden oscilar entre unos pocos cientos y varios miles de dólares.

## ¿Hay un período de transición?

Sí. Cualquier tierra utilizada para producir materias primas orgánicas no debe haber tenido sustancias prohibidas aplicadas durante los últimos tres años. Hasta que se cumpla el período de transición completo de 36 meses, no puede:

- Vender, etiquetar o representar el producto como "orgánico"
- Utilice el sello orgánico o certificador del USDA

### Figura 70

*Datos de contacto de la empresa certificadora en Perú*

Información del certificador			
	<b>Nombre del certificador:</b> BIOL 784 105 (de 653) 25/04/2022 14:29:18	Bio Latina SAC <b>Abreviatura:</b> <b>Código NOP:</b> <b>Operaciones Certificadas:</b> <b>Última fecha de publicación:</b>	<b>Dirección de la sede:</b> Jr de La Rocca de Vergallo N° 493, Magdalena del Mar 15076, Smart Oficinas Boutique, Oficina 1011, Lima, 17 Perú <b>Contacto:</b> Jorge Torres Alfonso <b>Teléfono público:</b> 00 51 1 2031130 <b>Correo electrónico público:</b> central@biolatina.com <b>Sitio web:</b> www.biolatina.com <a href="http://www.ams.usda.gov/sites/default/files/media/NOP_BioL.pdf">http://www.ams.usda.gov/sites/default/files/media/NOP_BioL.pdf</a>
			<b>Certificado NOP y Documentos de Acreditación:</b>

*Nota.* Fuente: página web de la empresa Bio Latina

### c. Límites Máximos de Residuos (LMR)

Para que los productos alimenticios ingresen a territorio de los Estados Unidos, se tiene que considerar la Ley Federal de Insecticidas, Fungicidas y Raticidas (Federal Insecticide, Fungicide, and Rodenticide Act-FIFRA) que exige a la EPA (Environmental Protection Agency) que todos los plaguicidas utilizados en dichos productos sean registrados y que se establezcan topes de tolerancia seguras para los residuos químicos que puedan encontrarse en tales productos domésticos e importados. De no cumplir con dichos parámetros podríamos sufrir la retención de los

lotes enviados y por ende su comercialización, por lo que es muy importante que los productores agrarios, hagan uso racional de los plaguicidas en el campo. En el Perú SENASA es el encargado de regular estos productos.

En el caso de Incas Gold, contaremos con la certificación de producto orgánico lo que nos excluye de tener esta certificación.

#### **d. Ley anti bioterrorismo**

La Ley contra el Bioterrorismo autoriza a la FDA a retener productos alimenticios si existen indicios o información fidedigna que indiquen que dicho artículo representa una amenaza grave para la salud o de muerte para personas o animales. En el marco de esta Ley la FDA exige el cumplimiento de dos condiciones:

- ✓ Registro de la empresa/planta procesadora. Este registro se renueva cada 2 años y se realiza online a través del FDA Industry System.

Link: [FDA - Online Account Administration](#).

- ✓ Realizar las Notificaciones Previas correspondientes por cada exportación:

Esta se tiene que hacer por cada embarque y para cada artículo, en el plazo de hasta 15 días antes de llegar la mercadería a los puertos de Estados Unidos.

La fecha límite para la recepción del aviso depende del medio de transporte que se use:

- Si es por vía marítima, se tendrá un plazo de 8 horas antes de la llegada al puerto.
- Si es por aire o por vía férrea, 4 horas antes de la llegada al puerto.
- Si es por tierra (carretera), el aviso deberá remitirse en un mínimo de

2 horas antes de la llegada al puerto de entrada

El responsable de enviar la notificación puede ser cualquiera de las partes que tenga conocimiento de la información requerida por la o inclusive un tercero designado por las partes. Es responsabilidad del exportador asegurarse que este trámite se realice.

El trámite para el registro de instalaciones y notificación previa no tienen costo alguno.

### Figura 71

*Pasos previos para un primer registro de una instalación ante la FDA*

U.S. Department of Health and Human Services

FDA FURLS | FFR Food Facility Registration

FURLS Home | FFR Home

Food Facility Registration

FFR Home > Register a Food Facility

Section 1 | Section 2-4 | Section 5-7 | Section 8-8 | Section 9a-9b | Section 10 | Section 11-12 | Review

Step 1: Registration Information

Is this facility engaged in the manufacturing/processing, packing, or holding of food for human or animal consumption in the United States?

Yes  No

Are you a broker, distributor, importer/eller?

Yes  No

In accordance with Section 415 of the Federal Food, Drug, and Cosmetic Act, you are not required to register. As defined in 21 CFR 1.225, domestic and foreign facilities that manufacture, process, pack, or hold food for human or animal consumption in the U.S. must register with the FDA. Please be advised that if you choose to proceed with registering, you must comply with all registration requirements and other statutory requirements of the FD&C Act that may apply.

*Nota.* Todos los trámites se pueden realizar en la página web de la FDA. Fuente:

[www.fda.gov](http://www.fda.gov)

#### **e. Certificado de origen**

Es un documento emitido a nombre del Estado peruano, mediante el cual se acredita el cumplimiento de los requisitos de origen establecidos en los acuerdos comerciales y/o regímenes preferenciales.

El Pago por derecho de trámite, establecido en la TUPA – MINCETUR. Es de S/36.00



Figura 72

Modelo del certificado de origen

**ADEX** ASOCIACIÓN LATINO-AMERICANA DE EXPORTADORES

**CERTIFICADO DE ORIGEN**

ASOCIACIÓN LATINO-AMERICANA DE INTEGRACIÓN  
ASOCIACION LATINO-AMERICANA DE INTEGRACION

PAIS EXPORTADOR PERU PAIS IMPORTADOR BOLIVIA

CERTIFICADO N° 04100

N° DE ORDEN (1)	NALADISA	DENOMINACIÓN DE LAS MERCADERIAS
1	8413 31 20	ORCADORA - SECADORA AUTOMÁTICA DE CAFÉ CM-35 INSA-FEN
1	8437 33 30	BENEFICADO DE CAFÉ COMPACTO ECOLÓGICO PR-22 INSA-FEN

**DECLARACIÓN DE ORIGEN (DECLARACIÓN JURADA)**

DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente Remisado, y comprendidas a la Factura Comercial (FC) (2) (3) cumplen con la legislación en los países de origen de acuerdo (2) (3) de conformidad con el siguiente origen:

N° DE ORDEN	FORMAS (2)
1.2.	DECISION ATE CAP e ART 2 LITE

**ADEX**  
ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES

Fecha: LIMA, 27 ABR 2005  
Razón social, sello y firma del exportador o productor:

OBSERVACIONES:

*Emilia Cruzada Torres*  
GERENTE GENERAL  
TECNAFOP TRADING S.A.C.

**CERTIFICACIÓN DE ORIGEN**

Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firma en el local de:

a los 27 ABR 2005

**LIMA,**

**ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES**

*Paloma E. Ampuero B.*  
PALOMA E. AMPUERO B.  
Nombre, sello y firma Entidad Certificadora

**Notas:**

(1) Este columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser insuficiente, se continuará la individualización en apendices suplementarios de este certificado, numerados correlativamente.

(2) Especificar si se trata de un acuerdo de alcance regional o de alcance parcial, indicando número de registro.

(3) En esta columna se especificará la norma de origen con la que cada mercadería individualizada por su número de orden.

El Remisante no podrá presentar respaldos, tachaduras o enmendaduras.

Nota. Fuente: www.adex.com.pe

Este certificado se obtendrá por cada embarque o cada lote.

## **f. Etiquetado**

La administración de medicamentos y alimentos de EE. UU. Ha completado una nueva etiqueta de registro para la información de alimentos nutricionales que proporcionarán a los consumidores información sobre los alimentos que ayudan a llevar una dieta saludable. La etiqueta de actualización tiene un nuevo diseño y refleja información científica actual, incluido el vínculo entre la dieta y las enfermedades crónicas.

### **1. Porciones**

El número de “porciones por envase” y el “tamaño de la porción” han aumentado y ahora están en letras más grandes y/o en negritas. Por ejemplo, el tamaño de la porción para el helado era previamente 1/2 taza y ahora es 2/3 de taza. También hay nuevos requisitos para ciertos tamaños de paquetes, tales como los que tienen entre una y dos porciones o son más grandes que una sola porción.

### **2. Calorías**

La información sobre las “calorías” a partir de ahora se indican en letras más grandes y en negritas.

### **3. Grasa**

Las “calorías de la grasa” se han eliminado debido a que las investigaciones muestran que el tipo de grasa consumida es más importante que la cantidad.

#### **4. Azúcares añadidos**

Los “azúcares añadidos” en gramos y como un Porcentaje de valor diario (%VD) ahora es obligatorio en la nueva etiqueta y también incluyen azúcares de jarabes y miel y azúcares de jugos de fruta o vegetales concentrados.

#### **5. Nutrientes**

Según la última actualización de la lista de nutrientes que son requeridos o permitidos en la etiqueta. La vitamina D y el potasio ahora son requeridos en la etiqueta, ya que los estadounidenses no siempre consumen las cantidades necesarias. Las vitaminas A y C ya no son necesarias. Se debe indicar la cantidad real (en miligramos o microgramos) además del %VD para la vitamina D, el calcio, el hierro y el potasio. Los valores diarios para los nutrientes también se han actualizado con base en las pruebas científicas más recientes.

#### **6. Nota a pie de página**

La nota a pie de página en la parte inferior de la etiqueta ha cambiado para explicar mejor el significado del %VD. El %VD le ayuda a entender la información nutricional en el contexto de una dieta total diaria

Figura 73

Modelo de etiquetado aceptado en EE.UU.

### Etiqueta actual

<b>Nutrition Facts</b>	
Serving Size 2/3 cup (55g) Servings Per Container About 8	
Amount Per Serving	
<b>Calories</b> 230	Calories from Fat 72
% Daily Value*	
<b>Total Fat</b> 8g	<b>12%</b>
Saturated Fat 1g	<b>5%</b>
Trans Fat 0g	
<b>Cholesterol</b> 0mg	<b>0%</b>
<b>Sodium</b> 160mg	<b>7%</b>
<b>Total Carbohydrate</b> 37g	<b>12%</b>
Dietary Fiber 4g	<b>16%</b>
Sugars 12g	
<b>Protein</b> 3g	
Vitamin A	10%
Vitamin C	8%
Calcium	20%
Iron	45%
* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily value may be higher or lower depending on your calorie needs.	
	Calories: 2,000 2,500
Total Fat	Less than 65g 80g
Sat Fat	Less than 20g 25g
Cholesterol	Less than 300mg 300mg
Sodium	Less than 2,400mg 2,400mg
Total Carbohydrate	300g 375g
Dietary Fiber	25g 30g

### Etiqueta nueva

<b>Nutrition Facts</b>	
1 8 servings per container	
<b>Serving size</b>	<b>2/3 cup (55g)</b>
Amount per serving	
<b>Calories</b>	<b>230</b>
% Daily Value*	
<b>Total Fat</b> 8g	<b>10%</b>
Saturated Fat 1g	<b>5%</b>
Trans Fat 0g	
<b>Cholesterol</b> 0mg	<b>0%</b>
<b>Sodium</b> 160mg	<b>7%</b>
<b>Total Carbohydrate</b> 37g	<b>13%</b>
Dietary Fiber 4g	<b>14%</b>
Total Sugars 12g	
Includes 10g Added Sugars	<b>20%</b>
<b>Protein</b> 3g	
Vitamin D 2mcg	10%
Calcium 200mg	15%
Iron 8mg	45%
Potassium 235mg	6%
6 * The % Daily Value (DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice.	

Nota. Fuente:

[www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/LabelingNutrition/ucm385663.htm](http://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/LabelingNutrition/ucm385663.htm)

## **5.6.2 Certificaciones voluntarias**

### **a. Certificación Kosher**

La palabra Kosher en hebreo significa “apto” (para ser consumido) Esta certificación se otorga a distintos tipos de alimentos (cárnicos, lácteos, vegetales, pescados, vinos, etc.).

#### **1. Aplicación**

Debemos completar y enviar el formulario de aplicación Kosher brindando datos acerca de la empresa, planta de producción y productos para comenzar el proceso de forma oficial.

#### **2. Consulta**

Se contará con un Rabino Coordinador, quien se pondrá en contacto con nosotros, con la finalidad de brindarnos una atención personalizada y poder resolver cualquier duda que pudiera existir.

#### **3. Cotización**

Según la información otorgada de nuestra empresa, elaboraran un presupuesto de certificación anual. Cabe mencionar que este costo no está relacionado de ninguna manera con los volúmenes de producción sino únicamente con nuestros costes de supervisión.

#### **4. Visita inicial**

El Rabino Ejecutivo programará una visita inicial a nuestra planta el cual observará las diferentes áreas y evaluará si están preparados para producir Kosher.

El Rabino elaborará un informe de su visita el que deberá ser aprobado por el Consejo Rabínico de OK.

#### **5. Contrato**

Para finalizar, una vez aprobado el informe del Rabino, se redactará y se le enviará su contrato. Incluirá los términos y condiciones necesarios para obtener y mantener la certificación kosher.

#### **b. Certificado libre de gluten**

- ✓ Para obtener este certificado todos los ingredientes usados en estos productos, deben contener 20 mg/kg (ppm) o 94 menos de gluten.
- ✓ Las instalaciones de la planta donde se producen deben someterse anualmente a auditorías y a pruebas de productos terminados, mediante laboratorios acreditados. (SGS, 2017)
- ✓ El proceso de certificación: primero se presenta la solicitud, luego la preparación

para auditoria documental, después la inspección con la toma de muestras, Inspección de la evaluación del informe, y por último la decisión de certificación.

- ✓ Es importante conocer que esta certificación solo se otorga a aquellos productos que contengan más de 2 insumos, en nuestro caso como la harina de quinua solo lleva un ingrediente y este de origen es libre de gluten, no será necesario hacer el análisis, pero si será importante llevar esta certificación.

### Figura 74

*Logos de las certificaciones libre de gluten*



*Nota.* Fuente: Google imágenes

Este certificado se obtendrá por cada embarque o cada lote.

### c. Certificado de comercio justo

La marca de Certificación de Buenas Prácticas de Comercio Justo Perú se encuentra registrada en INDECOPI, todas aquellas empresas que quieran contar con esta certificación, previamente deberá implementar los 10 principios y 38 criterios que dicta el estándar nacional. La certificación tiene una vigencia de dos (02) años desde su emisión.

## Figura 75

*Logo de la certificación de comercio justo*



*Nota. Fuente: Promperu*

1. Creación de oportunidades para la comunidad
2. Transparencia interna y externa
3. Buenas Prácticas Comerciales
4. Fortalecimiento de capacidades
5. Sensibilización del Comercio Justo
6. Igualdad de trato
7. Pago del precio justo
8. Condiciones laborales
9. No al trabajo infantil
10. Respeto al medio ambiente

Para obtener la certificación la organización debe:

- Tener como mínimo 2 años de estar operando de manera continua, tiene que contar con RUC activo, inscrito en registros públicos y estar legalmente constituida.



- Contar con la Licencia de Funcionamiento Municipal y Certificado de Inspección INDECI vigente.
- Tener como mínimo 04 trabajadores en planilla.
- Contar con teléfono, correo electrónico y una imagen corporativa desarrollada correo corporativo y página web.
- Haber realizado el Test del Exportador, con una antigüedad máxima de un (01) año.
- No debe presentar cuentas pendientes con PROMPERÚ.

#### **d. Certificado de marca Perú**

Como producto oriundo del Perú, contaremos con el auspicio de La Marca Perú en nuestras etiquetas, envases, envoltorios y publicidad. Para eso PromPerú evaluará si cumplimos con los requisitos, de ser positivo recibiremos un certificado de uso de la Marca País, en un plazo máximo de 30 días hábiles.

Para obtener la certificación necesitamos al menos 2 años de operaciones desde la fecha de inicio de actividades registrada en la SUNAT. El trámite es gratuito, solo se tiene que cumplir con presentar los requisitos estipulados en: <https://www.gob.pe/10018-solicitar-uso-de-marca-peru-en-mis-productos-o-servicios-para-uso-en-productos>

## Figura 76

*Logo de la marca Perú*



*Nota.* Fuente Promperu

### 5.7 Impacto en el medio ambiente

Tomando como referencia la Ley N°27446 (Ley del Sistema Nacional de Evaluación del Impacto Ambiental) la clasificación vigente para Incas Gold es: Categoría 1 - Declaración de Impacto Ambiental. Esta clasificación está dada para aquellos procesos que no afectan significativamente a degradar el medio ambiente.

El proceso de cultivo y siembra de la quinua no genera ningún tipo de contaminación ya que los productos fertilizantes que se utilizan no son contaminantes y son orgánicos.

Durante el proceso de producción de harina de quinua no se genera ningún tipo de desecho contaminante, al momento de moler el grano se desecha un polvillo de quinua, este desperdicio es mínimo ya que no representa ni el 0.05% del total. Este material se desechará en los tachos de basura y serán entregados al personal de limpieza del distrito de Colquemarca.

Nuestros empaques son seleccionados por sus características que son biodegradables y ecológicos, el consumo de la energía eléctrica es mínimo ya que nuestra maquina moledora no consume mucha energía eléctrica, durante el proceso logístico, se utilizara el combustible que si es un producto contaminante y tenemos que manejar ese tema con delicadeza.

Nuestro molino de granos genera un ruido de corto alcance, generando una contaminación sonora, principalmente para el operador del molino, para reducir esta contaminación nuestro operador contara con tapones para oídos.

En el distrito de Colquemarca aún no existe una clasificación de tipo de basura y en la planta contaremos con los tachos de basura necesarios.

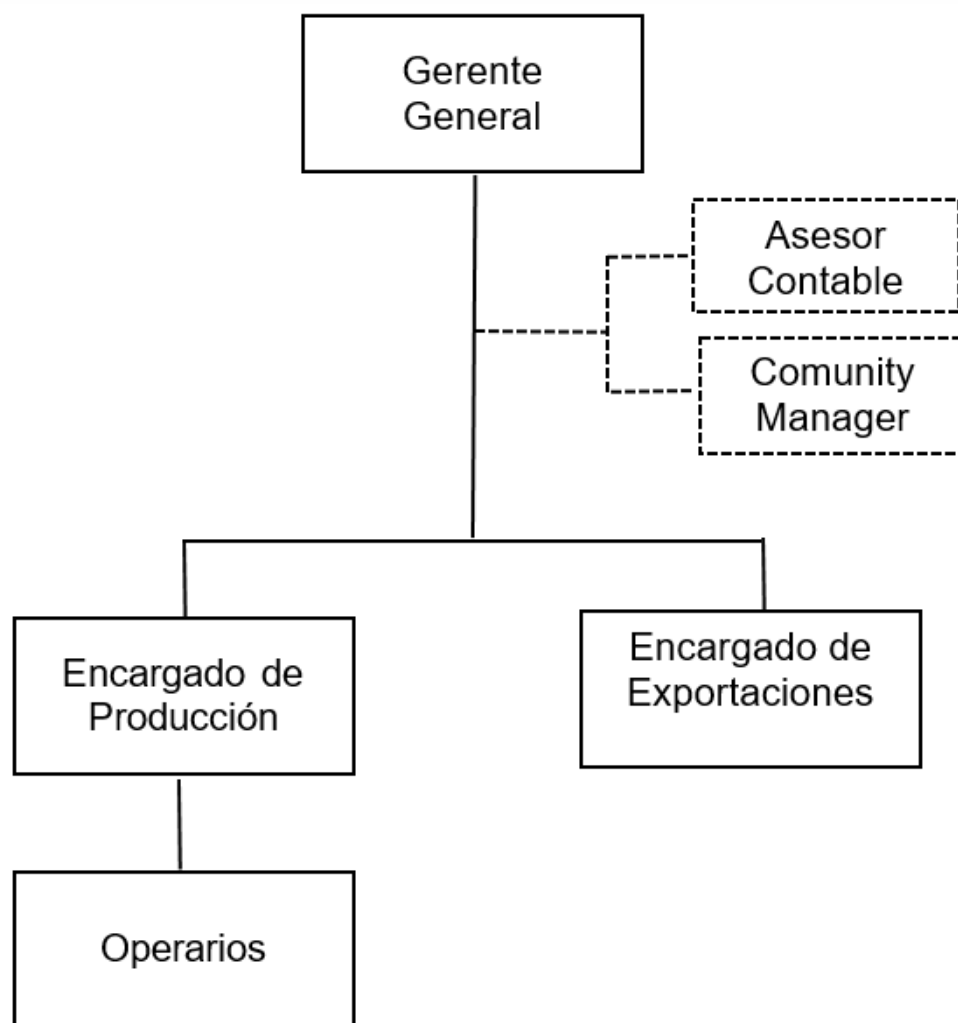
## **5.8 Plan Organizacional y Recursos Humanos**

### **5.8.1 Organigrama**

En la empresa Incas Gold, contaremos con personal calificado y capacitado para desarrollar cada una de las actividades administrativas y productivas, según el requerimiento de producción contaremos con el siguiente organigrama estructural:

**Figura 77**

*Organigrama estructural de la empresa Incas Gold*



*Nota.* Elaboración propia

## 5.8.2 Manual de Funciones

### a. Gerente General

#### Perfil

Habilidades de trabajo en equipo, proactivo, comunicación, manejo de personal, empático.

#### Requisitos

- Título Profesional en Administración, Economía, Contabilidad, Ingeniería, Derecho o carreras afines.
- Deseable Especialidad o Maestría en temas relacionados a Dirección y gestión empresarial o Dirección y gestión estratégica de agro negocios,
- Conocimiento y dominio de Excel a nivel intermedio.

#### Funciones

- Desarrollar relaciones con propietarios de campos o fundos para desarrollar oportunidades de compra.
- Determinar las políticas y priorizar los objetivos que provean la dirección general de la organización.
- Liderar al equipo de colaboradores que saque adelante los principales retos del negocio.
- Desarrollar, monitorear e implementar un plan de negocios a corto, mediano y largo plazo.
- Asegurar que la cultura de toda la organización refleje su misión y visión.
- Planear y alinear la estructura organizacional, los sistemas, los procesos, las métricas y los recursos con los objetivos comerciales.

- Establecer y mantener un sistema efectivo de control interno y gestión de riesgos.
- Dirigir y monitorear el plan financiero de la organización
- Liderar el esfuerzo comercial y mantener las principales relaciones con los socios comerciales.
- Generar las órdenes de pago a los proveedores.
- Elaborar y pagar la planilla de pagos del personal y demás gastos generados.
- Elaborar y verificar el cumplimiento de los contratos del personal.
- Solicitar y proveer los requerimientos de las demás áreas.
- Responsable de realizar el seguimiento del pago de los clientes.

## **b. Encargado de Exportaciones**

### **Perfil**

Responsable, con habilidades para el trabajo en equipo y trabajo bajo presión, vocación de servicio, facilidad de palabra y conocimiento del idioma inglés.

### **Requisitos**

- Egresado de Comercio Exterior, Logística Internacional.
- Legislación Aduanera.
- Conocimiento de Incoterms (FOB, CFR, CIF, etc.).
- Inglés Básico.
- Conocimiento de Office nivel intermedio.
- Deseable experiencia en el puesto.

## **Funciones**

- Manejo de cartera de clientes y búsqueda de nuevos clientes.
- Realizar cotizaciones de los potenciales clientes.
- Recepción de las órdenes de compra, emitidas por los clientes.
- Ingreso del pedido al sistema y liquidación del mismo.
- Seguimiento del pedido a través del cuadro de producción o con el ingeniero encargado.
- Coordinación con almacén de los pedidos.
- Realización del servicio post venta de los clientes.
- Elaborar los planes logísticos de distribución del producto para la exportación.

### **c. Encargado de producción**

#### **Perfil**

Dotes de liderazgo, facilidad para el trabajo en equipo, capacidad para motivar al personal, empatía y comunicación.

#### **Requisitos**

- Egresado y/o Bachiller de la carrera profesional de Agronomía.
- Conocimiento en manejo de productos orgánicos (Deseable)
- Deseable experiencia en puestos similares y en el sector agroindustrial.
- Conocimiento y dominio de Excel a nivel básico.

## **Funciones**

- Elaborar programas de actividades en coordinación con el gerente.
- Hacer seguimiento y controlar el cumplimiento de las labores en función al programa de actividades.
- Realizar ensayos agronómicos (nutrición, procesos de mejora en la producción, etc.).
- Velar por la optimización de los recursos disponibles.
- Controlar el ingreso y salida de producto del almacén.

### **d. Operarios**

#### **Perfil**

Responsabilidad, identificación con la empresa, tolerancia al trabajo bajo presión.

#### **Requisitos**

- Deseable experiencia en el puesto.
- Disponibilidad para trabajar de lunes a viernes y sábados medio día
- Secundaria completa

#### **Funciones**

- Selección y clasificación de granos
- Pesado del producto terminado
- Embolsado y sellado del producto terminado
- Paletizado de cajas con los productos.
- Recuperación de productos.
- Apilado del producto terminado.
- Otras que designe el encargado de producción.



**e. Asesor Contable**

- Presentación de las obligaciones tributarias.
- Ejecutar las actividades para la elaboración y presentación de los Estados Financieros, anexos e información complementaria de la compañía acorde con los cronogramas y plazos establecidos.
- Elaborar y realizar la correcta declaración jurada del impuesto a la renta para el cumplimiento oportuno de la declaración anual del impuesto a la renta (Formulario Virtual) con la administración tributaria (SUNAT).

**f. Comunity Manager**

- Liderar la comunicación estética en nuestras R.R S.S
- Administrar inversiones en R.R.S.S.
- Diseño de piezas digitales.
- Segmentación de pautas en Meta.
- Humanizar la marca.
- Desarrollo de programa de beneficios para usuarios.
- Desarrollo de actividades de responsabilidad social.
- Elaborar reportes semanales/mensuales

## **VI PLANIFICACIÓN FINANCIERA**

### **6.1 Inversiones**

#### **6.1.1 Activos Tangibles**

Los activos tangibles necesarios para poner en marcha el negocio, serán adquiridos de acuerdo a la actividad económica, tamaño y necesidades del negocio. Incas Gold efectuara compras de equipos, muebles y enseres según la siguiente tabla.

**Tabla 29**  
Resumen de activos tangibles

Inversiones		Cantidad	Precio Unitario	Precio total
<b>Maquinaria y equipos</b>	Molino de granos	1	S/.3,900.00	S/.3,900.00
	Balanzas de gran capacidad	2	S/.500.00	S/.1,000.00
	Balanzas de menor capacidad	5	S/.55.00	S/.275.00
	Impresora portátil	1	S/.750.00	S/.750.00
	Maquina selladora de bolsas	5	S/.110.00	S/.550.00
	Mesas de acero	2	S/.750.00	S/.1,500.00
	Utensilios diversos	5	S/.199.00	S/.995.00
<b>Muebles y enseres</b>	Escritorio	3	S/.650.00	S/.1,950.00
	Sillas giratorias	3	S/.300.00	S/.900.00
	Estantes	3	S/.400.00	S/.1,200.00
	Laptops	3	S/.1,800.00	S/.5,400.00
	Impresoras	1	S/.500.00	S/.500.00
	Calefactores	3	S/.150.00	S/.450.00
	Útiles de oficina	1	S/.100.00	S/.100.00
	Lockers	1	S/.800.00	S/.800.00
	Baldes y/o recipientes	5	S/.15.00	S/.75.00
	Útiles de limpieza y desinfección	1	S/.250.00	S/.250.00
	Equipos de Protección Personal	1	S/.500.00	S/.500.00
	Luces de emergencia	5	S/.70.00	S/.350.00
	Botiquín	1	S/.30.00	S/.30.00
	Extintor	1	S/.150.00	S/.150.00
	Calefactores	2	S/.150.00	S/.300.00
			<b>TOTAL</b>	<b>S/.21,925.00</b>

Nota. Elaboración propia

### 6.1.2 Activos Intangibles

Para poner en marcha el negocio también se efectuarán gastos en activos intangibles, como se detalla a continuación en la tabla.

**Tabla 30**  
*Resumen de Activos intangibles*

<b>Inversiones intangibles</b>	<b>Cant.</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>	<b>Tasa de amortización</b>	<b>Depreciación anual</b>
Constitución de la empresa	1	1500	1500	20%	300
Licencia de funcionamiento	1	249	249	20%	49.8
Defensa civil	1	180	180	20%	36
Registro de marca INDECOPI	1	535	535	20%	107
Remodelaciones	1	3000	3000	20%	600
Certificado Fitosanitario	1	43.2	43.2	20%	8.64
Certificado de origen	1	36	36	20%	7.2
Certificado Kosher	1	12000	12000	20%	2400
Certificado libre de Gluten	1	350	350	20%	70
Comercio Justo	1	1000	1000	20%	200
Certificado de Marca Perú	1	0	0	20%	0
<b>TOTAL 18893.2</b>					<b>3778.64</b>

*Nota.* Elaboración propia

### 6.1.3 Capital de trabajo

Incas Gold, invertirá para cubrir los gastos generados el primer trimestre del negocio, según nuestras proyecciones tendremos 3 envíos o 3 lotes por año, tal como se muestra en la siguiente tabla.

**Tabla 31**  
*Resumen del capital de trabajo*

Ítem	Cantidad	Precio x kilo/unidad	Total
Quinua en grano	20424.0	S/.7.00	S/.142,968.00
Bolsas	45053.0	S/.0.15	S/.6,757.95
Cajas	45053.0	S/.1.33	S/.59,920.49
Precintos seguridad	45053.0	S/.0.08	S/.3,424.03
Cajas para envío	626.0	S/. 3.00 (0.019)	S/.1,878.00
Transporte local	20424.0	S/.0.65	S/.13,275.60
Transporte internacional	20424.0	S/.1.33	S/.27,163.92
Gastos Administrativos			S/.12,595.80
Mano de obra directa			S/.17,067.00
Gastos de venta			S/.1,500.00
<b>TOTAL</b>			<b>S/.286,550.79</b>

*Nota. Elaboración propia*

**Tabla 32**  
*Resumen de las inversiones*

Inversión tangible	S/.21,925.00
Inversión Intangible	S/.18,893.20
Capital de trabajo	S/.286,550.79
<b>Total</b>	<b>S/.327,368.99</b>

*Nota. Elaboración propia*

A continuación, presentamos la depreciación que se le ha calculado a los activos tangibles (20% para máquinas y 10% para muebles) e intangibles (20%)

**Tabla 33**

*Depreciación proyectada por año*

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Tangibles	3089.50	3089.50	3089.50	3089.50	3089.50
Intangibles	3778.64	3778.64	3778.64	3778.64	3778.64
<b>Total</b>	<b>6868.14</b>	<b>6868.14</b>	<b>6868.14</b>	<b>6868.14</b>	<b>6868.14</b>

*Nota. Elaboración propia*

#### 6.1.4 Financiamiento de la inversión

El 22.45% de la inversión, será a través de capital propio (S/. 73,505.38) y el otro 77.55% del financiamiento será mediante un préstamo de S/. 253,863.61

**Tabla 34**

*Financiamiento del proyecto*

	<b>Monto</b>	<b>%</b>
Aporte propio	S/.73,505.38	22.45
Financiamiento de banco	S/.253,863.61	77.55
<b>Total</b>	<b>S/.327,368.99</b>	<b>100.00</b>

*Nota. Elaboración propia*

#### 6.2 Ingresos y egresos

Concerniente a las ventas de Incas Gold, serán proyectadas en soles, estos ingresos se hallan con la multiplicación de las cantidades de paquetes proyectadas (45,053 unidades) y el valor de ventas (s/. 18.24), Según nuestros estudios podemos

concluir que solo exportaremos por temporada de tres meses (Abril, Mayo y Junio) que son los meses en los que el precio de la Harina de Quinoa alcanza su mayor precio de venta al año, enviaremos 3 lotes al año, uno cada mes equivalente a 6,808 kilos, equivalentes a 14,996 paquetes de 454 gramos.

**Tabla 35***Resumen de proyección de ingresos por mes*

	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Set</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>
Kilos	0	0	0	6808	6808	6808	0	0	0	0	0	0
Unidades	0	0	0	14996	14996	15061	0	0	0	0	0	0
<b>Precio S/. 18.24 x Unidad</b>				<b>S/.273,527.04</b>	<b>S/.273,527.04</b>	<b>S/.274,712.64</b>						

*Nota. Elaboración propia***Tabla 36***Resumen de proyección de ingresos por año*

<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
S/.821,766.72	S/.903,943.39	S/.994,337.73	S/.1,093,771.50	S/.1,203,148.65

*Nota. Elaboración propia*



Posteriormente para los egresos se deberá de analizar los costos de producción, para eso utilizaremos los costos fijos más los costos variables.

**Tabla 37**

*Costo total de producción del proyecto*

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Costos fijos	90,376.86	90,376.86	90,376.86	90,376.86	90,376.86
Costos variables	255,388.06	280,927.76	309,021.34	339,924.17	373,917.18
<b>Costos Total de Producción</b>	<b>345,764.92</b>	<b>371,304.62</b>	<b>399,398.20</b>	<b>430,301.03</b>	<b>464,294.04</b>

*Nota. Elaboración propia*

Con estos datos podremos analizar los ingresos y los egresos que tiene Incas Gold. Con ambos proyectados se puede calcular la utilidad bruta que se obtendría por mes. El cual se mostrará a continuación:

**Tabla 38**

*Resumen de ingresos y egresos*

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ingresos	821,766.72	903,943.39	994,337.73	1,093,771.50	1,203,148.65
Egresos	345,764.92	371,304.62	399,398.20	430,301.03	464,294.04
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>S/.476,001.80</b>	<b>S/.532,638.77</b>	<b>S/.594,939.53</b>	<b>S/.663,470.47</b>	<b>S/.738,854.61</b>

*Nota. Elaboración propia*

### 6.2.1 Tipo de Cambio

Como nuestro mercado meta es el norteamericano, el tipo de moneda que manejan son los dólares norteamericanos (\$) y nuestros pagos serán en esa divisa, pero para el proyecto utilizaremos los Soles peruanos (S/.) y utilizaremos el tipo de cambio siguiente:

\$ 1 es igual S/. 3.8

### 6.3 Deuda

La entidad financiera elegida para obtener el financiamiento será el banco BBVA, según nuestros estudios pudimos observar que cuentan con crédito adecuado a nuestras expectativas y a una TCEA13%

Importe a Solicitar:	S/ 253,863.61
Días de pago:	1
Duración total (meses):	60 meses
Periodo de gracia (meses):	-
Fecha de Solicitud:	03/04/2023
Cuota	S/ 5,710.85
Tipo Seguro Desgravamen:	SIN SEGURO
Importe Seguro Desgravamen:	S/ 0.00
Importe Seguro de Bien:	-
Tasa Efectiva Anual:	13%

**Tabla 39**  
*Amortización del préstamo*

N°	FECHA PAGO	SALDO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA SIN ITF	ITF	CUOTA
		253,863.61					
1	3/04/2023	251,013.11	2,850.50	2,860.10	5,710.60	0.25	5,710.85
2	2/05/2023	247,786.02	3,227.09	2,483.51	5,710.60	0.25	5,710.85
3	1/06/2023	244,611.97	3,174.05	2,536.55	5,710.60	0.25	5,710.85
4	3/07/2023	241,573.27	3,038.70	2,671.90	5,710.60	0.25	5,710.85
5	1/08/2023	238,252.78	3,320.49	2,390.11	5,710.60	0.25	5,710.85
6	1/09/2023	235,062.86	3,189.92	2,520.68	5,710.60	0.25	5,710.85
7	2/10/2023	231,839.19	3,223.67	2,486.93	5,710.60	0.25	5,710.85
8	2/11/2023	228,581.42	3,257.77	2,452.83	5,710.60	0.25	5,710.85
9	1/12/2023	225,132.39	3,449.03	2,261.57	5,710.60	0.25	5,710.85
10	2/01/2024	221,880.91	3,251.48	2,459.12	5,710.60	0.25	5,710.85
11	1/02/2024	218,441.67	3,439.24	2,271.36	5,710.60	0.25	5,710.85
12	1/03/2024	214,892.32	3,549.35	2,161.25	5,710.60	0.25	5,710.85
13	1/04/2024	211,455.25	3,437.07	2,273.53	5,710.60	0.25	5,710.85
14	2/05/2024	207,981.82	3,473.43	2,237.17	5,710.60	0.25	5,710.85
15	3/06/2024	204,543.01	3,438.81	2,271.79	5,710.60	0.25	5,710.85
16	1/07/2024	200,786.03	3,756.98	1,953.62	5,710.60	0.25	5,710.85
17	1/08/2024	197,199.72	3,586.31	2,124.29	5,710.60	0.25	5,710.85
18	2/09/2024	193,643.14	3,556.58	2,154.02	5,710.60	0.25	5,710.85
19	1/10/2024	189,848.43	3,794.71	1,915.89	5,710.60	0.25	5,710.85
20	4/11/2024	186,341.90	3,506.53	2,204.07	5,710.60	0.25	5,710.85
21	2/12/2024	182,411.08	3,930.82	1,779.78	5,710.60	0.25	5,710.85
22	2/01/2025	178,630.37	3,780.71	1,929.89	5,710.60	0.25	5,710.85
23	3/02/2025	174,870.95	3,759.42	1,951.18	5,710.60	0.25	5,710.85
24	3/03/2025	170,830.57	4,040.38	1,670.22	5,710.60	0.25	5,710.85
25	1/04/2025	166,810.16	4,020.41	1,690.19	5,710.60	0.25	5,710.85
26	2/05/2025	162,864.39	3,945.77	1,764.83	5,710.60	0.25	5,710.85

27	2/06/2025	158,876.87	3,987.52	1,723.08	5,710.60	0.25	5,710.85
28	1/07/2025	154,738.19	4,138.68	1,571.92	5,710.60	0.25	5,710.85
29	1/08/2025	150,664.70	4,073.49	1,637.11	5,710.60	0.25	5,710.85
30	1/09/2025	146,548.11	4,116.59	1,594.01	5,710.60	0.25	5,710.85
31	1/10/2025	142,337.70	4,210.41	1,500.19	5,710.60	0.25	5,710.85
32	3/11/2025	138,230.72	4,106.98	1,603.62	5,710.60	0.25	5,710.85
33	1/12/2025	133,840.38	4,390.34	1,320.26	5,710.60	0.25	5,710.85
34	2/01/2026	129,591.72	4,248.66	1,461.94	5,710.60	0.25	5,710.85
35	2/02/2026	125,252.18	4,339.54	1,371.06	5,710.60	0.25	5,710.85
36	2/03/2026	120,737.88	4,514.30	1,196.30	5,710.60	0.25	5,710.85
37	1/04/2026	116,263.25	4,474.63	1,235.97	5,710.60	0.25	5,710.85
38	4/05/2026	111,862.50	4,400.75	1,309.85	5,710.60	0.25	5,710.85
39	1/06/2026	107,220.31	4,642.19	1,068.41	5,710.60	0.25	5,710.85
40	1/07/2026	102,607.31	4,613.00	1,097.60	5,710.60	0.25	5,710.85
41	3/08/2026	98,052.71	4,554.60	1,156.00	5,710.60	0.25	5,710.85
42	1/09/2026	93,312.24	4,740.47	970.13	5,710.60	0.25	5,710.85
43	1/10/2026	88,556.86	4,755.38	955.22	5,710.60	0.25	5,710.85
44	2/11/2026	83,813.57	4,743.29	967.31	5,710.60	0.25	5,710.85
45	1/12/2026	78,932.22	4,881.35	829.25	5,710.60	0.25	5,710.85
46	4/01/2027	74,138.00	4,794.22	916.38	5,710.60	0.25	5,710.85
47	1/02/2027	69,135.50	5,002.50	708.10	5,710.60	0.25	5,710.85
48	1/03/2027	64,085.22	5,050.28	660.32	5,710.60	0.25	5,710.85
49	1/04/2027	59,052.63	5,032.59	678.01	5,710.60	0.25	5,710.85
50	3/05/2027	53,987.06	5,065.57	645.03	5,710.60	0.25	5,710.85
51	1/06/2027	48,810.60	5,176.46	534.14	5,710.60	0.25	5,710.85
52	1/07/2027	43,599.67	5,210.93	499.67	5,710.60	0.25	5,710.85
53	2/08/2027	38,365.31	5,234.36	476.24	5,710.60	0.25	5,710.85
54	1/09/2027	33,047.45	5,317.86	392.74	5,710.60	0.25	5,710.85
55	1/10/2027	27,675.15	5,372.30	338.30	5,710.60	0.25	5,710.85

56	2/11/2027	22,266.85	5,408.30	302.30	5,710.60	0.25	5,710.85
57	1/12/2027	16,776.56	5,490.29	220.31	5,710.60	0.25	5,710.85
58	3/01/2028	11,254.97	5,521.59	189.01	5,710.60	0.25	5,710.85
59	1/02/2028	5,655.73	5,599.24	111.36	5,710.60	0.25	5,710.85
60	1/03/2028	-	5,655.73	55.96	5,711.69	0.25	5,711.94
		<b>197,199.72</b>	<b>48,357.17</b>	<b>245,556.89</b>	<b>245,567.64</b>		

*Nota.* Elaboración propia. Fuente: simulador de préstamos del BBVA

#### 6.4 Flujo de caja

A continuación, vemos el flujo de caja, donde se observa los ingresos y egresos de la empresa año a año, este flujo de caja nos va a permitir tomar las medidas más adecuadas y en los momentos más oportunos.

**Tabla 40**  
*Flujo de caja*

**FLUJO DE CAJA PROYECTADO**

<b>RUBROS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
I) INGRESOS		S/.821,766.72	S/.903,943.39	S/.994,337.73	S/.1,093,771.50	S/.1,205,341.15
VENTAS		S/.821,766.72	S/.903,943.39	S/.994,337.73	S/.1,093,771.50	S/.1,203,148.65
V. RESIDUAL						S/.2,192.50
II) EGRESOS		S/.428,453.08	S/.464,047.84	S/.503,202.01	S/.546,271.51	S/.593,647.87
2.1 INVERSIONES	-S/.308,475.79					
2.2 COSTOS DE PRODUCCIÓN		S/.345,764.92	S/.371,304.62	S/.399,398.20	S/.430,301.03	S/.464,294.04
2.3. GASTOS OPERATIVO		S/.6,000.00	S/.6,600.00	S/.7,260.00	S/.7,986.00	S/.8,784.60
2.5. IMPUESTO A LA RENTA		S/.76,688.16	S/.86,143.22	S/.96,543.81	S/.107,984.48	S/.120,569.23
<b>III) FLUJO NETO ECONOMICO</b>	<b>-S/.308,475.79</b>	<b>S/.393,313.64</b>	<b>S/.439,895.55</b>	<b>S/.491,135.72</b>	<b>S/.547,500.00</b>	<b>S/.611,693.29</b>
IV) FLUJO FINANCIERO						
PRÉSTAMO	S/.253,863.61					
AMORTIZACIÓN		S/.38,971.29	S/.44,061.75	S/.50,092.69	S/.56,652.66	S/.64,085.22
INTERESES		S/.29,555.91	S/.24,465.45	S/.18,434.51	S/.11,874.54	S/.4,443.07
ESCUDO FISCAL		S/.8,718.99	S/.7,217.31	S/.5,438.18	S/.3,502.99	S/.1,310.71

*Nota. Elaboración propia*

## 6.5 Evaluación económica y financiera

Para evaluar la viabilidad del presente proyecto, es vital elaborar una evaluación económica y financiera que nos ayude a evaluar el nivel de rentabilidad que generara el proyecto. Para lo cual se utilizarán tres indicadores básicos: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y Punto de equilibrio.

### 6.5.1 Valor Actual Neto

El valor actual neto es un indicador financiero que nos ayuda a medir la viabilidad de un proyecto. Si luego de medir los ingresos y egresos de los flujos de caja y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable. Mientras más alejado de 0 sea el resultado es mucho mejor. La tasa de rendimiento establecida para nuestro proyecto será de 18%

En nuestro caso hallaremos el VANE y el VANF:

- Valor Actual Neto Económico            S/.1,189,458.53
- Valor Actual Neto Financiero            S/.1,675,880.80

Según estos resultados el proyecto es rentable.

### 6.5.2 Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno es un instrumento para comparar proyectos y ver su nivel de viabilidad de la inversión, cuanto mayor sea la TIR mejor será la inversión.

En nuestro caso hallaremos el TIRE y el TIRF:

- Tasa Interna de Retorno Económico 136.23%
- Tasa Interna de Retorno Financiero 871.21%

Según estos resultados el proyecto es viable.

### 6.5.3 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es ese mínimo necesario para no tener pérdidas ni ganancias y donde el beneficio es cero.

**Tabla 41**  
*Punto de Equilibrio*

Productos	Cantidad Proyectada	Precio Unitario	Costo Variable Unitario	Margen de Contribución Unitario	PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	PUNTO DE EQUILIBRIO EN SOLES
Paquetes de Harina de quinua de 16 onzas	<b>45053</b>	<b>18.24</b>	<b>9.22</b>	<b>9.02</b>	<b>5,538</b>	<b>101,021</b>

*Nota.* Elaboración propia

### 6.6 Estados financieros proyectados

Es muy importante para toda empresa tener sus estados financieros bien detallados para poder realizar un análisis de la empresa y en Incas Gold, no puede ser la excepción, por ende, realizamos las proyecciones para los 5 años de duración del proyecto para poder evaluar a la empresa. Para poder realizar dichos estados financieros el primer paso es realizar el Balance General al inicio de operaciones para luego poder realizar los subsiguientes estados financieros.



### 6.6.1 Balance General

A continuación, se muestra el estado de situación financiera, o Balance general, donde se está detallando los activos, pasivos y patrimonio de la empresa.

**Tabla 42**  
*Balance Inicial*

<b>BALANCE INICIAL</b>			
<b>ACTIVO</b>	<b>S/.</b>	<b>PASIVO</b>	<b>S/.</b>
<b>Activo Corriente</b>		<b>Pasivo Corriente</b>	
Disponibles	286,550.79	Parte corriente de deuda a C/P	38,971.29
<b>Total, Activo</b>			
<b>Corriente</b>	286,550.79	<b>Pasivo No Corriente</b>	
		Obligaciones Financieras a L/P	214,892.32
<b>Activo No Corriente</b>		<b>Total, Pasivo</b>	253,863.61
Tangible	21,925.00		
Intangible	18,893.20	<b>Patrimonio</b>	
		Capital	73,505.38
<b>Total, Activo</b>			
<b>No Corriente</b>	40,818.20		
<b>TOTAL,</b>		<b>TOTAL, PASIVO Y</b>	
<b>ACTIVO</b>	<b>327,368.99</b>	<b>PATRIMONIO</b>	<b>327,368.99</b>

*Nota.* Elaboración propia

## 6.6.2 Estado de Ganancias y pérdidas

Luego de la proyección del flujo de caja, podemos realizar el estado de resultados el cual quedaría de la siguiente forma:

**Tabla 43**  
*Estado de ganancias y perdidas*

<b>ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS</b>					
<b>RUBRO</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Ingreso Por Ventas	S/821,766.72	S/903,943.39	S/994,337.73	S/1,093,771.50	S/1,203,148.65
Costo de Producción	S/345,764.92	S/371,304.62	S/399,398.20	S/430,301.03	S/464,294.04
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>S/476,001.80</b>	<b>S/532,638.77</b>	<b>S/594,939.53</b>	<b>S/663,470.47</b>	<b>S/738,854.61</b>
<b>Gastos Operativos</b>	<b>S/49,956.48</b>	<b>S/54,065.31</b>	<b>S/58,585.03</b>	<b>S/63,556.72</b>	<b>S/69,025.57</b>
Gastos de ventas	S/43,088.34	S/47,197.17	S/51,716.89	S/56,688.58	S/62,157.43
Depreciación	S/6,868.14	S/6,868.14	S/6,868.14	S/6,868.14	S/6,868.14
<b>UTILIDAD</b>					
<b>OPERATIVA</b>	<b>S/426,045.32</b>	<b>S/478,573.46</b>	<b>S/536,354.50</b>	<b>S/599,913.76</b>	<b>S/669,829.04</b>
Gastos Financieros	S/29,555.91	S/24,465.45	S/18,434.51	S/11,874.54	S/4,443.07
<b>U. ANTES DE IMP.</b>	<b>S/396,489.41</b>	<b>S/454,108.01</b>	<b>S/517,919.99</b>	<b>S/588,039.22</b>	<b>S/665,385.97</b>
I. Renta	S/71,368.09	S/81,739.44	S/93,225.60	S/105,847.06	S/119,769.47
<b>U. NETA</b>	<b>S/325,121.32</b>	<b>S/372,368.57</b>	<b>S/424,694.40</b>	<b>S/482,192.16</b>	<b>S/545,616.50</b>

*Nota.* Elaboración propia

## VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.1 Conclusiones

Para poder determinar si el proyecto es viable durante los 5 años proyectados, se analizó diferentes puntos y o criterios, los cuales nos proporciona información valiosa que nos permite identificar cuáles son los riesgos existentes, debilidades y en base a eso poder generar estrategias y poder tomar las mejores decisiones.

1. Existe un mercado a nivel global con una creciente demanda de súper alimentos, que cumplan con los requisitos y exigencias de los consumidores y que están dispuestos a pagar un buen precio por estos productos. Motivados principalmente por el cuidado de su salud. Nuestra empresa aprovechara la imagen de la cultura Inca, su rico pasado y legado cultural para promocionar nuestra marca y producto. Nuestra empresa estará legalmente constituida y contará con todas las certificaciones necesarias, estaremos inscritos en el REMYPE y nuestro régimen tributario será el Mype Tributario. Nuestro producto es cultivado en el corazón del imperio de los incas, nuestros proveedores del grano de quinua, cuentan con certificación orgánica y nuestro principal objetivo será contar con nuestros propios campos de cultivo y así evitar depender de los proveedores.

2. Referente al diagnóstico del micro y macro entorno, nuestros clientes son altamente exigentes y gustan de productos de alta calidad, tendremos una alianza estratégica con nuestros proveedores de quinua orgánica para poder garantizar un flujo constante de materia prima, actualmente el mercado de la harina de quinua no está muy desarrollado y existe poca oferta del producto, existen pocos productos sustitutos que cumplan con las características y bondades de la quinua. El mercado de EE. UU. Al inicio de la pandemia generada por el Covid 19, impuso algunas restricciones a las importaciones, pero la quinua y sus derivados no fueron afectados, por lo que puede ingresar al destino sin problemas, actualmente en EE.UU. se vienen recuperando económicamente por los estragos generados por la pandemia del covid 19, aun así, siguen siendo un mercado atractivo para nuestras exportaciones, existe gran cantidad de población (67%) que dijeron que consumen súper alimentos.
  
3. Dentro del estudio de mercado, nuestro país es el principal exportador de quinua y derivados a nivel global, lo que garantiza una oferta constante de materia prima a precios asequibles, siendo los meses de marzo, abril, mayo junio y julio con mayor producción en el país, el segundo exportador de quinua es Bolivia, pero aun no llega a nuestros niveles de participación, en nuestro país existen varias empresas dedicadas a la exportación de harina de quinua, pero son solo 5 que concentran la mayor cantidad de exportaciones. La demanda de nuestro producto está en crecimiento, el mercado elegido es el estado de Florida en EE. UU. Ya que su población es numerosa y con un alto poder adquisitivo, que gustan de consumir súper productos y que sean

orgánicos, de acuerdo al análisis realizado se proyectó que nuestra empresa abarcara el 10 % del total de la demanda proyectada, equivalente a 20424 kilos para el primer año y que ira creciendo a un ritmo de 10% cada año.

4. Para la comercialización de nuestro producto analizamos las 4Ps, dando como resultado que, el producto a vender será la harina de quinua orgánica en presentaciones de 16 onzas, equivalentes a 454 gramos, un producto con certificación de producto orgánico 100% natural, en una presentación visualmente atractiva y un envase útil y práctico, con un precio de \$4.8 por presentación de 16 onzas, equivalentes a S/.18.24, con una estrategia de precio medio con calidad alta, que será distribuido a través de un traders o distribuidor (Organic Food Brokers), que cuenta con toda una red de contactos en donde puede colocar rápidamente nuestros productos, al mismo tiempo promocionaremos nuestro producto en ferias virtuales y presenciales de productos especializados para lograr más contactos y mayores ventas, para ello será necesario contar con presencia digital en internet.
  
5. Durante el proceso de producción de la harina de quinua, contaremos con nuestra planta en el distrito de Colquemarca, departamento de Cusco, se eligió esta ubicación por la cercanía de la materia prima, la producción de la harina de quinua será por temporada de tres meses al año y esta se irá aumentando de acuerdo a la demanda, de acuerdo a lo estimado en ese trimestre se podrá producir la cantidad de 45053 cajas de harina de quinua de 16 onzas, que equivale al 100% de nuestra cuota de mercado para el año. Contaremos con las certificaciones necesarias y certificaciones opcionales que harán más

atractivo nuestro producto y existen algunas certificaciones que las obtendremos a medida que vaya pasando el tiempo.

## 7.2 Recomendaciones

- Es de vital importancia para el crecimiento de la empresa, contar con nuestros propios campos de cultivo y así evitar depender de los proveedores de nuestra materia prima.
- Para exportar nuestros productos al mercado internacional es muy importante ofrecer productos de alta calidad con las certificaciones necesarias, principalmente invertir en obtener la certificación de producto orgánico una vez que contemos con nuestros propios campos de cultivo e invertir en obtener las certificaciones que nos ayuden a ingresar a los mercados más exigentes.
- Los súper alimentos, dentro de ellos la quinua, son productos que tienen un gran futuro en el consumo humano, ya que son altamente nutritivos y orgánicos, por eso es recomendable diversificar nuestros mercados, principalmente enfocarnos en el mercado asiático, principalmente el mercado chino, ya que cuenta con un potencial de más de mil cuatrocientos millones de habitantes.
- A mediano plazo es recomendable ampliar la línea de productos y no solo contar con la quinua si no con otros súper alimentos disponibles en nuestra zona, como la kiwicha, cañihua, maca, yacon, sachá inchi, maíz gigante, frutas, etc. que son altamente demandados en el exterior.
- No solo es recomendable cambiar de producto si no principalmente generar un valor agregado a estos productos, innovar que a la larga son fuente de más

trabajo y generación de mayores ingresos económicos para la empresa.

- Invertir en mejorar nuestros procesos de producción, implementando con equipos que puedan mejorar la calidad del producto final, como equipos de esterilización, entre otros.
- Contar con un punto de venta propio en el mercado de destino, una vez que nuestro producto sea conocido y así evitar hacer uso de un Trader o agente de venta, para así obtener pagar las comisiones y tener más ganancias.

### 7.3 Bibliografía

Agro data Perú. (2022, 20 de junio) *Exportación de quinua*.

<https://www.agrodataperu.com/category/exportaciones/quinua-exportacion>

Aliexpress. (2022). *Impresoras de inyección*.

[https://es.aliexpress.com/item/4000981402118.html?spm=a2g0o.productlist.0.0.5776596cPpUEDI&algo\\_pvid=9e7b8389-9920-4f20-a787-babccdfaf8f1&algo\\_exp\\_id=9e7b8389-9920-4f20-a787-babccdfaf8f1-39&pdp\\_ext\\_f=%7B%22sku\\_id%22%3A%2212000018938245176%22%7D&pdp\\_npi=2%40dis%21PEN%21%21751.2%21%21%21233.73%21%21%402101e9d016590299576041091efa7d%2112000018938245176%21sea](https://es.aliexpress.com/item/4000981402118.html?spm=a2g0o.productlist.0.0.5776596cPpUEDI&algo_pvid=9e7b8389-9920-4f20-a787-babccdfaf8f1&algo_exp_id=9e7b8389-9920-4f20-a787-babccdfaf8f1-39&pdp_ext_f=%7B%22sku_id%22%3A%2212000018938245176%22%7D&pdp_npi=2%40dis%21PEN%21%21751.2%21%21%21233.73%21%21%402101e9d016590299576041091efa7d%2112000018938245176%21sea)

Aliexpress. (2022) *Bolsas de empaque*.

[https://es.aliexpress.com/item/32817254544.html?spm=a2g0o.productlist.0.0.55d63779VCZgGg&algo\\_pvid=db1e2586-c710-4508-a7f7-251aa608d73c&aem\\_p4p\\_detail=202207281048456001723544080330001566489&algo\\_exp\\_id=db1e2586-c710-4508-a7f7-251aa608d73c-1&pdp\\_ext\\_f=%7B%22sku\\_id%22%3A%2264744737939%22%7D&pdp\\_npi=2](https://es.aliexpress.com/item/32817254544.html?spm=a2g0o.productlist.0.0.55d63779VCZgGg&algo_pvid=db1e2586-c710-4508-a7f7-251aa608d73c&aem_p4p_detail=202207281048456001723544080330001566489&algo_exp_id=db1e2586-c710-4508-a7f7-251aa608d73c-1&pdp_ext_f=%7B%22sku_id%22%3A%2264744737939%22%7D&pdp_npi=2)

[%40dis%21PEN%21%2165.81%21%21%2123.46%21%21%402103250d16590305251968744e58af%2164744737939%21sea](#)

Alisur. (2017, 5 de mayo) *Información*

<http://www.alisur.net>

Amazon. (2022, 17 de mayo) *Precios de Harina de quinua.*

[https://www.amazon.com/s?k=harina+de+quinua&\\_\\_mk\\_es\\_US=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&ref=nb\\_sb\\_noss](https://www.amazon.com/s?k=harina+de+quinua&__mk_es_US=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&ref=nb_sb_noss)

BBVA (2022) *Simulador de prestamos*

[https://prestamos.bbva.pe/prestamos-personales?cid=sem:br:ggl:pe-pld\\_vd\\_open\\_brand\\_pp-pre-general:bbva\\_simular\\_prestamo\\_online\\_performance-::simulador%20de%20prestamos%20bbva:e:::text::&gclid=CjwKCAjwrZOXBhACEiwA0EoRD8XlluMIA4nc-hf48F1YAFOx03AK3hdhijfllHB9Gi1EIO4HAitAlhoCJwIQAvD\\_BwE](https://prestamos.bbva.pe/prestamos-personales?cid=sem:br:ggl:pe-pld_vd_open_brand_pp-pre-general:bbva_simular_prestamo_online_performance-::simulador%20de%20prestamos%20bbva:e:::text::&gclid=CjwKCAjwrZOXBhACEiwA0EoRD8XlluMIA4nc-hf48F1YAFOx03AK3hdhijfllHB9Gi1EIO4HAitAlhoCJwIQAvD_BwE)

Cámara de Comercio de Lima (CCL). (2020). CCL. *Urgen medidas para ampliar el acceso de las TIC en el Perú.*

<https://lacamara.pe/urgem-medidas-paraampliar-el-acceso-de-las-tic-en-el-peru/>

Caravedo Guidino, L. (2017) *Exportación de Harina de Quinua a California, Estados Unidos.* Trabajo de investigación para optar el Título Profesional de Licenciado en Negocios Internacionales, Universidad de Lima, Repositorio Institucional.

<https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/6088>

Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales (2021) *Panorama del Sector agro industrial de la Quinua*

<https://www.cien.adexperu.org.pe/panorama-del-sector-agroindustrial-quinua/>

Conexión ESAN. (2013, 27 de Junio). *La apuesta por los productos orgánicos.*



<https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2013/06/27/apuesta-productosorganicos/>

Decreto Supremo N° 007-2008-TR. (2008). *Decreto Supremo que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empero Decente, Ley MYPE.*

<https://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ds007-2008.pdf/TIActivaTipoCreditoEmpresa.aspx?t ip=>

EBAY (2022) *Precios de Harina de quinua.*

[https://www.ebay.com/sch/i.html?\\_from=R40&\\_trksid=p2334524.m570.l1313&\\_nkw=harina+de+quinua&\\_sacat=0&LH\\_TitleDesc=0&loc=9073274&siteInk=&\\_oi=&cmpgn=12054701717&rlsTarget=kwd0154201&geo\\_id=&network=g&gclid=Cj0KCQjw54iXBhCXARIsADWpsG88Lw9a0zfY0nFgqu\\_X8dnEKEV\\_PuB1n8\\_avwOjEINMJwwApAuFUaAjaEALw\\_wcB&mkcid=2&odkw=ebay&norover=1&MT\\_ID=&adpos=&adgroupid=114114163337&matchtype=b&abclid=&keyword=ebay&mkrid=21562-160979-940422-2&crIp=491043530096 &device=c](https://www.ebay.com/sch/i.html?_from=R40&_trksid=p2334524.m570.l1313&_nkw=harina+de+quinua&_sacat=0&LH_TitleDesc=0&loc=9073274&siteInk=&_oi=&cmpgn=12054701717&rlsTarget=kwd0154201&geo_id=&network=g&gclid=Cj0KCQjw54iXBhCXARIsADWpsG88Lw9a0zfY0nFgqu_X8dnEKEV_PuB1n8_avwOjEINMJwwApAuFUaAjaEALw_wcB&mkcid=2&odkw=ebay&norover=1&MT_ID=&adpos=&adgroupid=114114163337&matchtype=b&abclid=&keyword=ebay&mkrid=21562-160979-940422-2&crIp=491043530096 &device=c)

Food and Drug Administration (2020) *Guía de medidas preventivas para importadores y declarantes.*

[www.fda.gov/Food/FoodDefense/Bioterrorism/PriorNotice/default.htm](http://www.fda.gov/Food/FoodDefense/Bioterrorism/PriorNotice/default.htm)

Food and Drug Administration (2020) *Guía para los productores, procesadores y transportistas de alimentos*

[www.fda.gov/Food/FoodDefense/Bioterrorism/FoodFacilityRegistration/default.htm](http://www.fda.gov/Food/FoodDefense/Bioterrorism/FoodFacilityRegistration/default.htm)

Food Brokers (2022) *Asociación de Intermediarios de Ventas de Alimentos.*

[www.foodbrokers.org/food-brokers-association.html](http://www.foodbrokers.org/food-brokers-association.html)

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA. (2021) *Estadísticas*

<http://www.iica.int/sites/default/files/publications/files/2015/b3763e.pdf> Investopedia. (s.f.)

Jauregui, A. (2001). *Criterios de localización para las empresas y sus ventas.*

<https://www.gestiopolis.com/criterios-localizacion-empresas-ventas/>

Mercado libre (2022) *Molino a martillo*

[https://articulo.mercadolibre.com.pe/MPE-442160441-molino-de-martillo-JM#position=10&search\\_layout=stack&type=item&tracking\\_id=af20ed4-d1e7-40f7-a402-c2ba151de753](https://articulo.mercadolibre.com.pe/MPE-442160441-molino-de-martillo-JM#position=10&search_layout=stack&type=item&tracking_id=af20ed4-d1e7-40f7-a402-c2ba151de753)

Mincetur. (2022) *Sector de alimentos en Estados Unidos.*

[https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/eventos/taller181017/3\\_Oportunidades\\_Comerciales\\_enel\\_Sector\\_Alimentos\\_en\\_EstadosUnidos\\_PatriciaSuares.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/eventos/taller181017/3_Oportunidades_Comerciales_enel_Sector_Alimentos_en_EstadosUnidos_PatriciaSuares.pdf)

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2016) *Perfil del Amaranto en el Mercado de Estados Unidos.*

[https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/342815/6\\_Perfil\\_Amaranto\\_EEU\\_U6.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/342815/6_Perfil_Amaranto_EEU_U6.pdf)

Ministerio de Agricultura y Riego (2020) *Análisis del Covid 19 en nuestras agro Exportaciones.*

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1471831/AGROEXPORTACION-COVID19.pdf>

Ministerio de Agricultura y Riego (2020) *Perspectiva del Mercado de Estados Unidos ante la coyuntura del Covid-19.*

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1471843/Impacto%20COVID%20USA%20%202020.pdf.pdf>

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2022). *Proceso de Formalización*.

<https://www2.trabajo.gob.pe/centro-integrado-formaliza-peru/>

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2021) *Reporte estadístico de la Quinua*

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2639859/REPORTE%20ESTAD%20C3%8DSTICO%202021%20QUINUA%20AGOSTO.pdf>

My Perú Global (2018) *Perfil de la Quinua en el mercado de Estados Unidos*.

<https://myperuglobal.com/wp-content/uploads/2018/11/Perfil-de-mercado-Estados-Unidos.pdf>

Promperu. (2022) *Directorio de exportadores peruanos*.

<https://exportemos.pe/servicios-digitales/directorio>

Promperu. (2020) *Quinua blanca orgánica en Francia*.

<https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/261214443rad2CDBC.pdf>

Sierra y Selva Exportadora (2021) *Guía para la adecuada participación en una feria virtual*.

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1724289/GUIA%20PARA%20LA%20PARTICIPACI%20C3%93N%20EN%20FERIAS%20VIRTUALES.pdf>

Sierra y Selva Exportadora (2020) *Análisis del mercado de la quinua 2015 – 2020*

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1479275/An%20C3%A1lisis%20de%20Mercado%20-%20Quinua%202015%20-%202020.pdf>

SIICEX (2022) *Quinua*.

<https://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/fichaproducto/179pdf2014Nov10.pdf>

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT). (2021). *Régimen*

*MYPE Tributario.*

<https://emprender.sunat.gob.pe/emprendiendo/herramientas/regimen-mype-tributario>

Superintendencia de Banca, Seguros y Afp (SBS). (2021). *Tasa de Interés Promedio del Sistema Bancario.*

<https://www.sbs.gob.pe/app/pp/EstadisticasSAEEPportal/Paginas>

Tovalino P. S. (2022, 23 de marzo) *Comercio Justo, Una alternativa que genera oportunidades. Seminario virtual, Lima, Perú.*

[https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/4745/Comercio\\_justo\\_buenas\\_practicas\\_generacion\\_oportunidades\\_2021\\_keyword\\_principales.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/4745/Comercio_justo_buenas_practicas_generacion_oportunidades_2021_keyword_principales.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Weinberger Villaran, K. (2009) *Plan de Negocios. USAID PERU*