



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

**EXPORTACIÓN DE ROPA DE BEBÉ HECHA DE ALGODÓN
PIMA A REINO UNIDO - LONDRES**

**PRESENTADA POR
ERIKA MUSYEE D'UNIAM FRANCO**

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

LIMA – PERÚ

2018

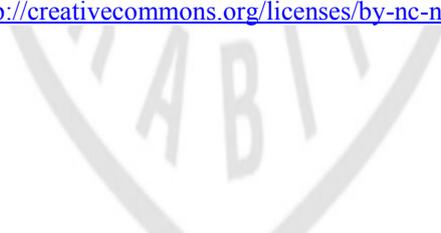


CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

La autora sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

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





USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y RECURSOS HUMANOS

PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

EXPORTACIÓN DE ROPA DE BEBÉ HECHA DE ALGODÓN PIMA A

REINO UNIDO- LONDRES

Presentado por:

Bachiller: Erika Musyee D'uniam Franco

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

LIMA, PERÚ

2018

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocio tiene como objetivo evaluar la viabilidad técnica, económica y financiera de la exportación de ropa de bebé de algodón pima al mercado de Reino Unido-Londres.

Perú tiene una tradición textil de más de 5000 años destacando el algodón pima, siendo una fibra de reconocida a nivel mundial. Además, la ropa de bebé de algodón pima es un producto que es requerido por el Reino Unido ya que es el segundo importador mundial de ropa de bebe de algodón pima además contamos con un Acuerdo Comercial con dicho mercado, siendo motivos potenciales para ser un mercado con potencial por explotar.

Los principales estudios realizados en el presente proyecto fueron: Organización y aspectos legales, plan de marketing internacional, plan de logística internacional, plan de comercio internacional y el plan económico y financiero.

En Organización y aspectos legales abarca estructura orgánica, forma jurídica empresarial, la elección adecuada de los procedimientos para el inicio de operaciones y constitución de Innova Empresarial Sac, así como funciones y responsabilidades al personal para el logro de los objetivos.

En el Plan de marketing internacional se presenta la visión, misión, objetivos y estrategias del negocio, además; un análisis FODA cruzado, análisis Pestel, Balanced Scored, Matriz EFE, Matriz EFI.

En el Estudio de Mercado se define el producto a exportar, se determina el mercado objetivo del proyecto, el conocimiento de las características del mercado y las potencialidades para ingresar con éxito al mercado de Reino Unido.

En el Estudio Económico y Financiero se define la inversión a realizar, el financiamiento del proyecto, los presupuestos de Ingresos y Egresos. Asimismo, se

determina el Punto de Equilibrio, se muestra los Estados Financieros como Balance General, Estados de Ganancias y Pérdidas y Flujo de Caja Económico y Financiero. Posteriormente se demuestra la viabilidad económica y financiera del proyecto determinando que se necesita una Inversión Total de S/.237,601.62 la cual va a ser financiada con capital propia y financiamiento bancario en una proporción de 70% y 30 % respectivamente.

Los indicadores de rentabilidad positivos evidencian la viabilidad de la propuesta de plan de negocio; con un VAN financiero de S/. 206,555 y una TIR de 24% que supera ampliamente el costo ponderado del capital 14.72, la idea de negocio representa una oportunidad de inversión.

Contenido

RESUMEN EJECUTIVO	2
INDICE DE TABLAS	7
INDICE DE FIGURAS	9
1. Organización y aspectos legales.....	11
1.1 Nombre o razón social	11
1.2 Actividad Económica o Codificación Internacional	12
1.3 Ubicación y factibilidad Municipal y Sectorial	12
1.4 Objetivo de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha	14
1.4.1 FODA.....	15
1.5 Ley de Mypes, Micro y Pequeña empresa, características	16
1.6 Estructura orgánica	16
1.7 Cuadro de asignación de personal.....	17
1.8 Pasos para la constitución de la empresa.....	19
1.9 Forma Jurídica Empresarial	20
1.10 Registro de Marcas y procedimientos en Indecopi.....	21
1.11 Régimen Tributario procedimiento de la obtención del RUC y Modalidades .	21
1.12 Régimen de Planillas Electrónicas	22
1.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral	23
1.14 Modalidades de Contratos Laborales.....	24
1.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de las Accionistas	24
PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL.....	26
2.1 Descripción del producto.....	26

2.1.1 Clasificación arancelaria	26
2.1.2 Propuesta de valor	27
2.1.3 Ficha técnica comercial	27
2.2 Investigación del Mercado de Objetivo	28
2.2.1 Análisis PESTEL:.....	29
2.2.2 Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)	32
2.2.3 Segmentación del mercado objetivo	35
2.2.4 Tendencias de consumo	36
2.3 Análisis de la oferta y demanda	37
2.3.1 Análisis de la oferta.....	37
2.3.2 Análisis de la demanda.....	43
2.4 Estrategias de Ventas y Distribución.....	45
2.4.1 Estrategia de segmentación	45
2.4.2 Estrategias de posicionamiento	47
2.4.3 Estrategias de distribución	48
2.5 Estrategias de Promoción	49
2.6 Tamaño de la Planta	50
3. PLAN LOGÍSTICO INTERNACIONAL	50
3.1 Envases empaques y embalajes.....	50
3.2. Diseño de rotulado y marcado	53
3.3 Unitarización y cubicaje de la carga	54
3.4 Cadena de DFI de exportación /Importación.....	55
3.5 Seguro de mercancías	56
PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL	57
4.1 Fijación de precios	57
4.1.1 Costos y precios	57
4.1.2 Cotización Internacional.....	58
4.2 Contrato de Compra- Venta Internacional y sus documentos.....	58
4.3 Elección y aplicación del Incoterm	66
4.4 Determinación de Medio de pago y Cobro	67

4.5 Gestión de las Operaciones de Exportación: Flujograma de producción y exportación	68
PLAN ECONOMICO FINANCIERO	72
5.1 Inversión Fija:.....	72
5.1.1 Activos tangibles	72
5.1.2 Activos Intangibles	73
5.2 Capital de Trabajo	74
5.3 Inversión Total.....	76
5.4 Estructura de Inversión y financiamiento	77
5.5 Fuente financiera y condiciones de crédito	77
5.5.1 Depreciación	78
5.6 Presupuesto de Costo y gastos	80
5.7 Punto de Equilibrio	82
5.8 Presupuesto de Ingresos	82
5.9 Presupuesto de egresos	84
5.10 Estado de Ganancias y Perdidas	90
5.11 Evaluación de la Inversión	91
5.11.1 Evaluación Económica y Financiera	91
5.12 Balanced Scored	94
5.13 Matriz EFI.....	95
5.14. Evaluación Social.....	96
5.15. Análisis de Sensibilidad	97
CONCLUSIONES.....	100
RECOMENDACIONES	104
REFERENCIAS.....	105
ANEXOS	107

INDICE DE TABLAS

Tabla N°1: Diferencia entre Razón Social y Denominación social.....	11
Tabla N° 2: Matriz de Criterio para la ubicación del local.....	13
Tabla N°3: Características Forma Jurídica SAC.....	20
Tabla N° 4: Pasos para Registro de Marca.....	21
Tabla N° 5: Característica de PLAME.....	23
Tabla N° 6: Características del Régimen Laboral general.....	23
Tabla N° 7: Características del Contrato a plazo fijo o determinado.....	24
Tabla N° 8: Responsabilidad civil de las Accionistas.....	25
Tabla N° 9: Matriz EFE.....	32
Tabla N° 10: Lista de proveedores del Reino Unido respecto a la partida arancelaria 6111200000.....	43
Tabla N °11: Estructura de Mercado.....	46
Tabla N° 12: Tipo de estrategias de posicionamiento de una marca.....	47
Tabla N°13: Activos Tangibles.....	72
Tabla N°14: Activos Intangibles.....	73
Tabla N°15: Capital de Trabajo.....	74
Tabla N°16: Resumen de Inversión.....	76

Tabla N°17: Inversión y financiamiento.....	77
Tabla N°18: Fuente financiera y condiciones de crédito.....	77
Tabla N°19: Cronograma anual de pago.....	78
Tabla N°20: Depreciación.....	78
Tabla N°21: Estructura de los Costos Fijos Mensuales.....	79
Tabla N°22: Estructura de los Costos Variables Mensuales.....	80
Tabla N°23: Estructura de Materiales directos e indirectos.....	80
Tabla N°24: Punto de Equilibrio.....	81
Tabla N°25: Presupuesto de Ingresos.....	82
Tabla N°26: Presupuesto de Egresos mensual y anual 2019-2024.....	83
Tabla N°27: Estado de Ganancias y Pérdidas.....	89
Tabla N° 28: Flujo de caja económico y financiero.....	90
Tabla N° 29: Balance General.....	91
Tabla N°30: Ratios económicos y financieros.....	92
Tabla N°31: Balanced Scorecard.....	93
Tabla N°32: Matriz EFI.....	94
Tabla N°33: Total de ventas variable anual del proyecto (Ventas).....	96
Tabla N°34: Costo de venta variable anual del proyecto.....	97
Tabla N°35: Gastos de Venta variable anual del proyecto.....	98

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Requisitos y costos para obtener la licencia de funcionamiento en la Victoria.....	14
Figura N °2: Organigrama de Innova Empresarial.....	16
Figura N °3: Regímenes Tributarios en el Perú.....	22
Figura N° 4: Partida Arancelaria de ropa de bebé.....	26
Figura 5: Modelo Canvas.....	27
Figura N° 6: Ejemplo de envase y embalaje para nuestro producto.....	28
Figura N° 7: Información de mercado de Reino Unido.....	29
Figura N° 8: Índice de Natalidad.	31
Figura N°9: Segmentación de mercado del Reino Unido respecto a ropa bebé...	35
Figura N°10: Distribución por edad %	35
Figura N°11: Zonas de producción.....	37
Figura N°12: Lista de mercados importadores para un producto exportado por el Perú.....	39
Figura N°13: Lista de mercados importadores para un producto exportado por el Perú 2016.....	40
Figura N° 14: Principales mercados del Perú.....	41
Figura N° 15: Principales empresas exportadoras de ropa de bebé de algodón pima.....	42

Figura N° 16: Tendencia de exportación al Reino Unido de las prendas de bebé de algodón pima.....	44
Figura N° 17: Mercado de prendas de vestir para bebés 2016.....	44
Figura N° 18: Reino Unido y sus proveedores.....	45
Figura N° 19: Infraestructura y Logística para el comercio exterior.....	49
Figura N° 20: Envase del producto.....	50
Figura N° 21: Modelo del empaque del producto.....	51
Figura N° 22: Empaque del producto.....	51
Figura N° 23: Embalaje del producto.....	52
Figura N° 24: Modelo del diseño del marcado	53
Figura N° 25: Modelo del diseño del marcado.....	57
Figura N° 26: Incoterms.....	67
Figura N° 27: Características del Incoterm CIF.....	67
Figura N° 28: Medio de pago.....	68

1. Organización y aspectos legales

1.1 Nombre o razón social

La empresa tiene como denominación social: Innova Empresarial Sac.

Tabla N°1: Diferencia entre Razón Social y Denominación social

Denominación social	Razón Social
Se utiliza cuando en la sociedad se le da importancia al capital que se aporta, por eso a las sociedades que tienen denominación social, se le llama sociedad de capitales.	Son sociedades en la calidad especial del socio tiene mayor importancia. Por eso, a las sociedades con razón social, se les llama sociedades de personas.
Las sociedades que llevan denominación, no llevan el nombre de los socios, se le asigna el nombre que decidan los socios, por ejm: Corporación Orión S.A., Industria del Chira SRL, etc.	Se utiliza cuando en el nombre de una sociedad, se escribe el nombre de uno, algunos o todos los socios, agregándose la abreviatura "y Cía" o "y Compañía", seguido de las iniciales del tipo de sociedad. Ejm: Luis Jiménez, Alfonso Rocha y Compañía .

Fuente: Jorge Luis Briceño Elaboración Propia

1.2 Actividad Económica o Codificación Internacional

El código CIIU de la empresa es:

1410	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, EXCEPTO PRENDAS DE PIEL
-------------	--

INEI (2010) afirma que:

CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) es una clasificación de actividades cuyo alcance abarca a todas las actividades económicas, las cuales se refieren tradicionalmente a las actividades productivas, es decir, aquellas que producen bienes y servicios. En el país, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) ha establecido oficialmente la adopción de la nueva revisión de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU Revisión 4), lo cual permitirá establecer un esquema conceptual uniforme a fin de contar con información más real a nivel de empresas y establecimientos productivos de bienes y servicios. (p.8).

1.3 Ubicación y factibilidad Municipal y Sectorial

De acuerdo a la matriz de criterio la Victoria es el distrito adecuado para que la empresa opere, por ende, se alquilara un local cerca al emporio comercial de Gamarra.

Tabla N° 2: Matriz de Criterio para la ubicación del local

CRITERIO	PUNTAJE	LA VICTORIA	CERCADO DE LIMA	SAN LUIS			
Cercanía al proveedor	25%	4	1	3	0.75	2	0.5
Cercanía a la Aduana	15%	2	0.3	2	0.3	1	0.15
Cercanía domiciliaria	5%	3	0.15	4	0.2	1	0.05
Costo Alquiler	25%	5	1.25	2	0.5	2	0.5
Cercanía a competencia	10%	4	0.4	3	0.3	2	0.20
Accesibilidad	20%	3	0.6	3	0.6	3	0.6
Total			3.7		2.65		2

Fuente: Elaboración propia

Nota: Para ponderar se considerará valores del 1 al 5 donde el 5 es el puntaje máximo a otorgar de acuerdo a los criterios y al porcentaje de importancia establecido.

<p>Acércate a los Módulos de Atención al Ciudadano:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Módulos MAC, Av. México N° 230 Telf. 736-1442 • Modulo de Gamarra Jr. Antonio Bazo cdra. 12 (Loza deportiva del Pque. Indoamérica Telf. #964259873) 	<p>Solicita información del trámite a realizar en el horario de atención que está señalado en el ingreso de los locales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Módulos MAC, Av. México N° 230: Lunes a Viernes de 08:30 a.m. a 04:45 p.m. • Módulo de Gamarra Jr. Antonio Bazo cdra. 12 (Loza deportiva del Pque. Indoamérica de Lunes a Viernes de 08:30 a.m. a 04:45 p.m. Telf. #964259873)
<p>Presenta tu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Solicitud - Declaración Jurada debidamente llenada. 2. En caso de representación de Persona Natural, Carta Poder con Firma Legalizada. 3. Copia vigencia de Poder del Representante Legal de la empresa. 4. Autorización Sectorial que corresponda. <p>NOTA: No es necesario la presentación de un Certificado de Zonificación o Compatibilidad de Uso.</p> <p>Conforme a la Ley Marco N° 28976 y Tupa vigente</p>	<p>Pago único de derechos administrativos (según el caso):</p> <p>CASO I</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inspección técnica de seguridad en edificaciones ITSE Básica (Ex Post – Ex Ante) / S/. 181.90 <p>CASO II</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inspección técnica de seguridad en edificaciones ITSE Detalle o Multidisciplinario / S/. 39.00

Figura N° 1 Requisitos y costos para obtener la licencia de funcionamiento en el Distrito de la Victoria

Fuente: Municipalidad del Distrito de la Victoria

1.4 Objetivo de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha

Misión

Establecer procesos de fabricación óptimos con personal altamente calificado ofreciendo finas, suaves y exclusivos modelos de prendas de algodón pima para la piel delicada de los bebés.

Visión

Ser la empresa peruana líder en exportación de ropa de bebé de algodón pima.

Valores

Compromiso y Creatividad.

Responsabilidad.

Puntualidad.

Objetivos:

El objetivo de la empresa es consolidarse como líder en exportación de ropa de bebé de algodón pima en el mercado de europeo, iniciando en el mercado de Londres.

1.4.1 FODA

FODA:

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1. Personal calificado en comercio exterior y administración. F2. Diseños exclusivos F3. La tela de algodón pima es de gran calidad y reconocimiento mundial	D1. La empresa no es conocida D2. Alta competencia Internacional D3. Proveedores Locales dispersos
OPORTUNIDADES	<u>Estrategia FO</u>	<u>ESTRATEGIA DO</u>
O1 Mercado poco explotado O2 Acuerdo Comercial con la Unión Europea O3 Asistencia a ferias	F1,2, 3 O1,3 Posicionarse en el sector textil mediante la estrategia de penetración y desarrollo de mercado. F3, O 2 Contar con la certificación Wrap. (cumplimiento social)	D3, O3 Creación de acuerdos con proveedores D1, 01 Implementar y desarrollar publicidad online a mercado objetivo.
AMENAZAS	<u>Estrategia FA</u>	<u>ESTRATEGIA DA</u>
A1 Escases del cultivo de algodón A2 Mayor competencia tecnológica A3 Demanda creciente de los productos ecológicos	F3, A1 Planificación de compras eficientes usándola metodología Just In Time F2, A2 Adecuación a las nuevas tecnologías crecimiento de la oferta exportable para la producción de la empresa.	D1, A3 Ofrecer promociones atractivas A1, A2 D2 Estudio de mercado constante.

1.5 Ley de Mypes, Micro y Pequeña empresa, características

No se acoge a la ley mype.

1.6 Estructura orgánica

Por inicios de actividad la empresa contratara 12 operarios, 1 diseñadora de modas, 1 supervisor de producción, 1 asistente de comercio exterior, y un contador, pero solo por recibo de honorarios, no contara con Directorio.

A continuación, se detalla la descripción del perfil de cada puesto.

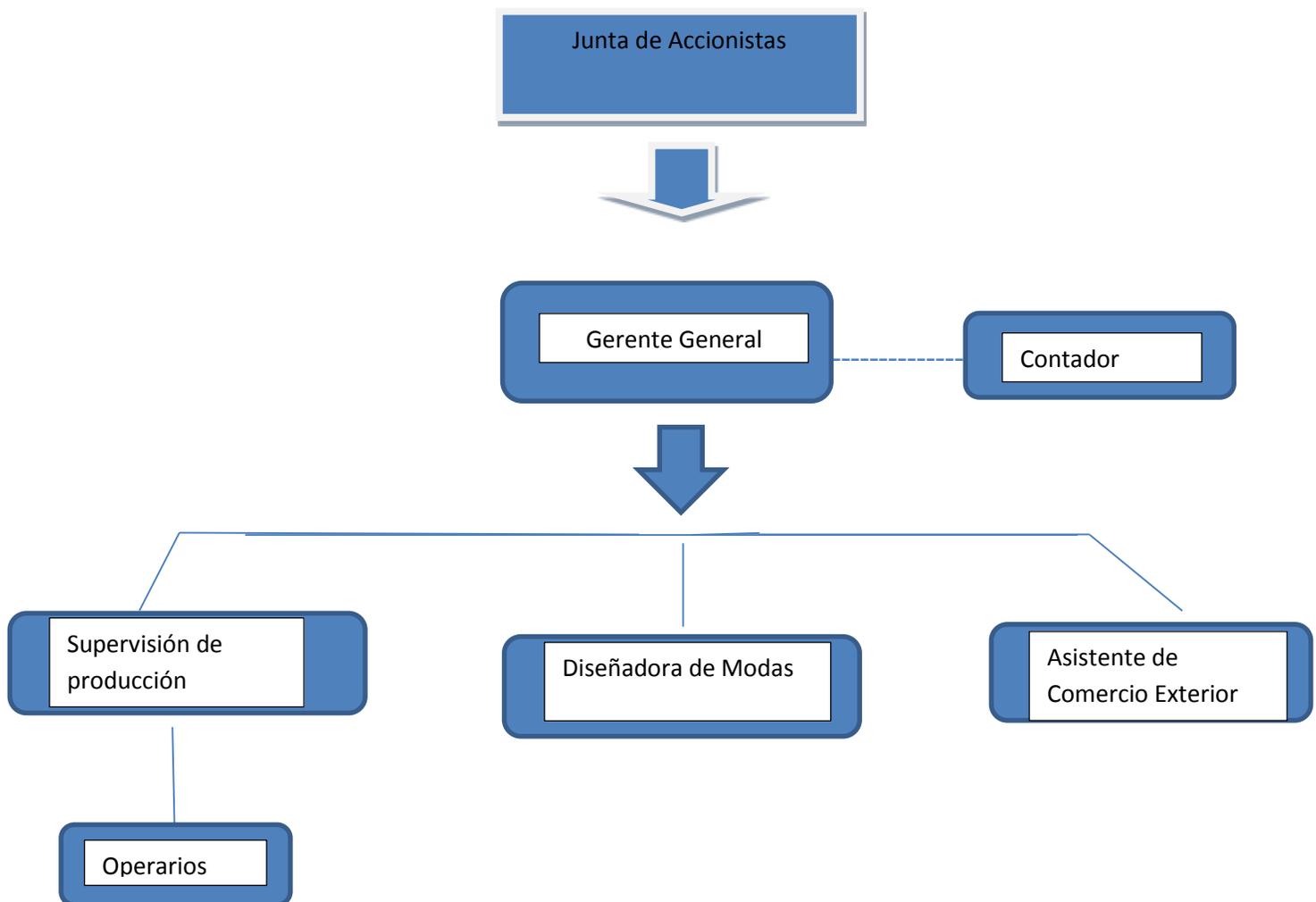


Figura N °2: Organigrama de Innova Empresarial

Fuente: Elaboración Propia

1.7 Cuadro de asignación de personal

A continuación, se detalla la descripción de puestos:

INNOVA EMPRESARIAL SAC	
PUESTO: GERENTE GENERAL ERIKA DUNIAM FRANCO	
Supervisa a : A todo el personal	
Funciones Específicas del puesto	
<p>Ejercer la dirección administrativa, operativa y financiera de la Empresa.</p> <p>Planificar, organizar y mantener una imagen positiva de la empresa ante la colectividad y los trabajadores, propiciando los canales de comunicación necesarios.</p> <p>Aprobar y difundir los documentos normativos de la Empresa.</p> <p>Girar aceptar y endosar letras, abrir cuentas corrientes, girar cheques y endosar los mismos, firmar vales y pagarés, retirar depósitos, contratar sobregiros y avances en cuenta corriente y firmar contratos en representación de la empresa.</p> <p>Nombrar, promover, amonestar, suspender y despedir de acuerdo a las disposiciones vigentes a los empleados, así como conceder licencia al personal de acuerdo a la normatividad interna establecida.</p> <p>Reunirse continuamente con el Supervisor de operaciones.</p> <p>Contactar a potenciales clientes ofreciéndole el servicio como exportadores de ropa de bebé de algodón pima y fidelizar a los clientes.</p>	

INNOVA EMPRESARIAL SAC	
PUESTO: Asistente de Comercio Exterior	
Funciones Específicas del puesto	
Gestionar las exportaciones.	

Elaborar lista de empaque o packing list, facturas y guías de remisión.

Sexo Masculino (máximo 30 años)

Manejo de la logística y documentación del proceso de exportación.

Comunicaciones con clientes.

Manejo y archivo de documentos del área.

INNOVA EMPRESARIAL SAC	
-------------------------------	--

PUESTO: Contador (Personal externo)

Funciones Específicas del puesto

Emitir los EEFF mensuales, efectuando el análisis respectivo.

Validar los EEFF con la Gerencia General.

Presentar Estados Financieros a la Gerencia General.
--

Adecuar los estados financieros según los NIIF.

Revisión permanente y validación al sistema.
--

INNOVA EMPRESARIAL SAC	
-------------------------------	--

PUESTO: Supervisor de Operaciones

Supervisa a : Operarios

Funciones Específicas del puesto

Supervisar que las actividades de los operarios y el rol que cumplen estos, se encuentren de acuerdo con las normas administrativas, operativas, de seguridad y metas de calidad de servicio definidas para el personal bajo su cargo.
--

Encargado de planear mejoras.

Comunicación directa y fluida con los operarios para atender cualquier dificultad que se le presente.

INNOVA EMPRESARIAL SAC	
PUESTO: Operarios	
Funciones Específicas del puesto	
Confeccionista de ropa de bebé. Conocimiento de moda.	
INNOVA EMPRESARIAL SAC	
PUESTO: Diseñadora de Modas	
Funciones Específicas del puesto	
Será responsable de la creación de estilos y colecciones	

1.8 Pasos para la constitución de la empresa

Exporta Fácil (2018) nos indica que son:

Elaborar la Minuta de constitución.

Elaborar la Escritura Pública.

Inscribirse en el registro de personas jurídicas.

Inscribirse en el RUC.

Registrar a mis trabajadores en ESSALUD.

Autorización permisos especiales.

Legalización del libro de planillas.

Licencia municipal de funcionamiento.

Legalización los libros contables.

Los documentos de la empresa Innova Empresarial se encuentra en los Anexos.

1.9 Forma Jurídica Empresarial

La empresa es constituida como Innova Empresarial SAC, no tiene Directorio.

Tabla N°3: Características Forma Jurídica SAC

- Será constituido por un mínimo de dos accionistas y un máximo de veinte.

- Se impone el derecho de adquisición preferente por los socios, salvo que el estatuto disponga lo contrario.

- Se constituye por los fundadores al momento de otorgarse la escritura pública que contiene el pacto social y el estatuto, en cuyo caso suscriben íntegramente las acciones.

- El Capital Social está representado por acciones nominativas y se conforma con los aportes (en bienes y/o en efectivo) de los socios, quienes no responden personalmente por las deudas sociales.

- Es una persona jurídica de Responsabilidad Limitada.

- No puede inscribir sus acciones en el Registro Público del Mercado de Valores.

- Predomina el elemento personal, dentro de un esquema de sociedad de capitales.

- Surge como reemplazo de la Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada S.R.L.

Fuente: Mi empresa propia

1.10 Registro de Marcas y procedimientos en Indecopi

La marca de la empresa es: Cotton BB

Una marca es un nombre, término, diseño, símbolo, o cualquier otra característica que identifica los bienes y servicios de un vendedor y los diferencia formalmente de su competencia. (<https://www.gestiopolis.com/que-es-una-marca/>)

Tabla N° 4: Pasos para Registro de Marca

Busque: En Indecopi pida una búsqueda de marcas para que no tenga problemas a la hora de la inscripción.

Datos: Si no hay marcas similares, presente una solicitud de registro de marca en la sede de Indecopi.

Web: También puede hacer los registros del signo a través del siguiente enlace: <http://bit.ly/117tjhc>.

Dibujo: Si su marca tiene un logotipo en especial, es necesario que lo adjunte con la solicitud de la inscripción.

Pago Junto con el pedido de registro, debe realizar el pago de 14.46% de una UIT (S/.4150), es decir S/.549.48.

Fuente: Indecopi

1.11 Régimen Tributario procedimiento de la obtención del RUC y Modalidades

La empresa se encuentra el régimen tributario general.

Nuevo RUS	Régimen Especial	Régimen MYPE Tributario	Régimen General
<ul style="list-style-type: none"> • Ventas mensuales no deben superar S/. 8000 • Emite sólo algunos comprobantes de pago (Boleta de ventas y tickets). • Tiene actividades que no pueden acogerse a este régimen. • Un único pago mensual según categoría. • No se llevan libros Contables. • No obligado a presentar declaraciones mensuales y anuales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas anuales no deben superar los S/. 525.000. • Emite todo tipo de Comprobantes de pago. • Tiene actividades que no pueden acogerse a este régimen. • Presenta Declaración Mensual por IGV y Renta. • Sólo lleva dos registros contables (Registro de Compras y Registro de Ventas). • No obligados a presentar declaraciones anuales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos Anuales no deben superar las 1700 UIT. • Emite todo tipo de Comprobantes de pago. • No tiene actividades restringidas. • Presenta Declaración y pago a cuenta mensual del Impuesto a la Renta con tasas diferenciadas de acuerdo a sus ingresos netos anuales. • Presenta Declaración Anual con tasas diferenciadas de acuerdo con sus ganancias o utilidad • Obligado a llevar Libros Contables de acuerdo a sus ingresos. 	<ul style="list-style-type: none"> • No tiene límites de ventas. • Emite todo tipo de Comprobantes de pago. • No tiene actividades restringidas. • Presenta declaración mensual por IGV y Renta y Declaración Anual. • De acuerdo a sus ingresos puede llevar contabilidad completa

Figura N °3: Regímenes Tributarios en el Perú

Fuente: Sunat

1.12 Régimen de Planillas Electrónicas

Sunat (2018) nos indica:

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

1.08.2011 la Planilla electrónica tiene dos componentes que son el Registro de Información Laboral (T-Registro) y la Planilla Mensual de Pagos (PLAME). (pag.1).

Tabla N° 5 Característica de PLAME

PLAME	Planilla Mensual de Pagos	Comprende información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y derechohabientes	Se descarga el programa en www.sunat.gob.pe , se elabora, genera archivo y envía en SUNAT Operaciones en Línea.
-------	---------------------------	--	---

Fuente: Sunat Elaboración Propia

1.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral

La empresa se acoge al régimen laboral general.

Tabla N° 6 Características del Régimen Laboral general

En el Perú, el régimen laboral general es aquel en el cual los trabajadores que son contratados gozan de los siguientes derechos:

- **EsSalud: El empleador paga el 9% de la remuneración del trabajador.**
- **Compensación por Tiempo de Servicio (CTS), que es equivalente a un sueldo al año.**
- **Gratificaciones en julio y diciembre (dos sueldos en total).**
- **Asignación familiar de 10% de la remuneración familiar si se tiene hijos menores de 18 años.**
- **Vacaciones de 30 días al año.**

- **En caso el trabajador sea despedido sin causa justificada, deberá ser indemnizado, cuyo monto se calcula en 1.5 remuneraciones por cada año trabajado, con un tope de doce remuneraciones.**

Fuente: Jorge Luis Briceño Elaboración Propia

1.14 Modalidades de Contratos Laborales

La empresa utilizará el contrato a plazo determinado por lanzamiento de actividad.

Tabla N° 7 Características del Contrato a plazo fijo o determinado

Contrato a plazo fijo o determinado
En este caso, empleado y empleador acordaron que el vínculo laboral solo sea por un tiempo determinado, para ejercer una actividad o necesidad específica.
En la subdivisión:
- Temporal: Se puede dar por lanzamiento o inicio de actividad; por la necesidad de mercado por ejemplo, en campañas del Día de la Madre o Día del Padre donde se exige una mayor cantidad de producción; y la reconversión empresarial que se produce cuando se afrontan cambios importantes dentro de ella.

Fuente: Jorge Luis Briceño Elaboración Propia

1.15 Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de las Accionistas

Los contratos a utilizar son los contratos:

Compra venta Internacional

Contrato de Trabajo

Contrato de cuenta corriente

Contrato de alquiler

Contrato para solicitud para préstamo.

Tabla N° 8 Responsabilidad civil de las Accionistas

<ul style="list-style-type: none"> • RESPONSABILIDAD CIVIL DE LOS ACCIONISTAS
<ul style="list-style-type: none"> • Los directores responden, ilimitada y solidariamente, ante la sociedad, los accionistas y los terceros por los daños y perjuicios que causen por los acuerdos o actos contrarios a la ley, al estatuto o por los realizados con dolo, abuso de facultades o negligencia grave.
<ul style="list-style-type: none"> • Es responsabilidad del directorio el cumplimiento de los acuerdos de la junta general, salvo que esta disponga algo distinto para determinados casos particulares.
<ul style="list-style-type: none"> • Los directores son asimismo solidariamente responsables con los directores que los hayan precedido por las irregularidades que estos hubieran cometido si, conociéndolas, no las denunciaren por escrito a la junta general

<ul style="list-style-type: none"> • RESPONSABILIDAD PENAL
<ul style="list-style-type: none"> • El Código Penal tipifica varios delitos vinculados a las funciones de los miembros del directorio. Así, tenemos los artículos 198°, 198°-A y 199°, referidos a los delitos de
<ul style="list-style-type: none"> • fraude en la administración de personas jurídicas y la contabilidad paralela.
<ul style="list-style-type: none"> • Asimismo, existe otra figura penal en la que los miembros del directorio pueden incurrir y es la tipificada en el artículo
<ul style="list-style-type: none"> • 247° del Código Penal, referido al delito de financiamiento por medio de información fraudulenta.
<ul style="list-style-type: none"> • RESPONSABILIDAD CIVIL DE LOS ACCIONISTAS
<ul style="list-style-type: none"> • En las sociedades de personas, los accionistas son solidariamente responsables con su patrimonio personal por las deudas de la empresa.
<ul style="list-style-type: none"> • En cambio, si se trata de una sociedad de capitales, los accionistas son responsables de las deudas sociales hasta por el monto de su aporte.
<ul style="list-style-type: none"> • Esta responsabilidad es frente a la sociedad y frente a terceros.

PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

EXPORTACIÓN

2.1 Descripción del producto

El producto a ofrecer es ropa de bebé de algodón pima con bordados finos y delicados. Teniendo en cuenta que el algodón pima indudablemente es uno de los mejores algodones del mundo por su finura, resistencia y longitud siendo sus tres características importantes.

2.1.1 Clasificación arancelaria

La clasificación arancelaria del producto es 6111200000



MEDIDAS IMPOSITIVAS PARA LAS MERCANCIAS DE LA SUBPARTIDA NACIONAL 6111.20.00.00 ESTABLECIDAS PARA SU INGRESO AL PAIS	
TIPO DE PRODUCTO:	LEY 29666-IGV 20.02.11/DS.055-2011-EF 10.04.11
Gravámenes Vigentes	
	Valor
Ad / Valorem	11%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Especificos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	2.25%
Sobretasa	0%
Unidad de Medida:	(*)

Figura N° 4: Partida Arancelaria de ropa de bebé

Fuente: Sunat

2.1.2 Propuesta de valor

La propuesta de valor es diseños únicos con bordados a mano con finos detalles.

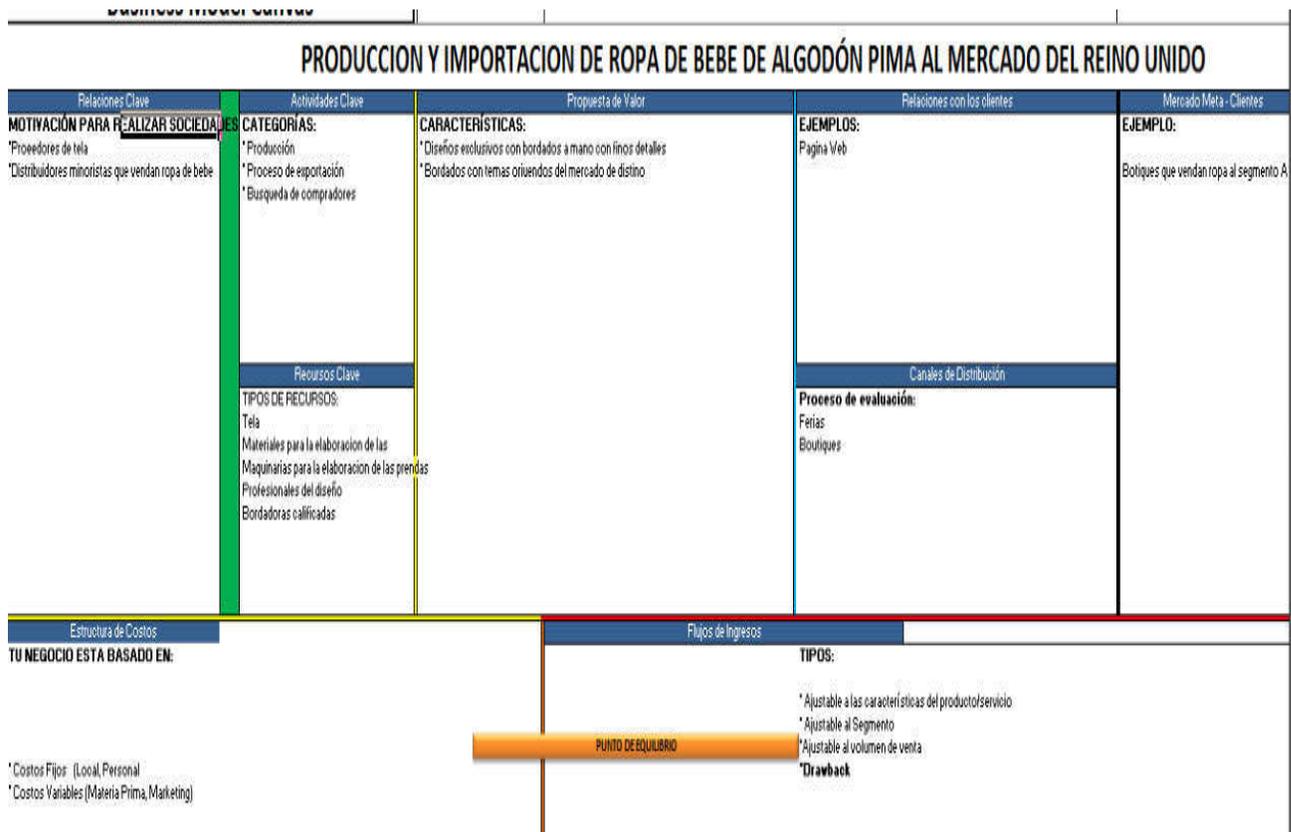


Figura 5: Modelo Canvas Fuente: Elaboración Propia

2.1.3 Ficha técnica comercial

DATOS GENERALES	
Exportador	INNOVA EMPRESARIAL SAC
Tipo de producto	Ropa de bebé de algodón pima
Descripción	Bebecrece, chaquetita, mitones, pantalón.
Composición	100 % algodón pima
Presentación	Caja de cartón corrugado
Presentación	Papel seda



Figura N° 6: Ejemplo de envase y embalaje para nuestro producto

2.2 Investigación del Mercado de Objetivo

Promperu (2017) indica que:

Reino Unido, situada en el norte de Europa, tiene una superficie de 243.610 Km², con una población de 65.808.573 personas, es un país muy poblado y tiene una densidad de población de 270 habitantes por Km². Su capital es Londres y su moneda Libras esterlinas.

Reino Unido es una de las 10 economías más importantes del mundo por volumen de PIB. Su deuda pública en 2016 fue de 2.022.229 millones de euros, con una deuda del 88,3% del PIB. Su deuda per cápita es de 30.729€ euros por habitante.

Reino Unido es el segundo importador mundial de la línea de prendas de bebé de Algodón con el 8% de la participación mundial

Perú ocupó la décimo novena posición como proveedor mundial y la primera posición con proveedor latinoamericano en el 2016. (pág. 2-3)

Información del mercado objeto del estudio

Datos generales		Indicadores Macroeconómicos			
Nombre oficial	Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte	Año	2016	2017	2018*
Capital	Londres	Crecimiento PBI (%)	1.8	2.0	1.4
Idioma	Inglés	PBI Per cápita (US\$)	40,095	37,812	38,254
Moneda	Libra esterlina	Tasa de Inflación (%)	0.6	2.5	2.6
Población (2016)	64 millones	Tasa de desempleo (%)	4.9	4.9	5.0

Fuente: World FactBook
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Fuente: FMI
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ
(* Datos estimados)

Figura N° 7 Información de mercado de Reino Unido Fuente: Promperu

2.2.1 Análisis PESTEL:

Son los factores externos que pueden afectar el desempeño de la empresa (siendo factores que no dependen de la empresa).

Fuerzas políticas, gubernamentales y legales

El Reino Unido es uno de los cinco miembros permanentes del Consejo de Seguridad de la ONU, miembro fundador de la OTAN, miembro de la OCDE, pertenece al G20 y es adherente a la Unión Europea desde 1973. Su moneda oficial es la libra esterlina; el Reino Unido es de los pocos países miembros de la UE que no adoptó el Euro como moneda oficial. Luego del referéndum del 23 de junio de 2016, el Reino Unido decidió dejar de ser parte de la Unión Europea, se espera que el proceso de salida tome al menos dos años. (Prochile, 2016, pág.1)

El Parlamento es la institución legislativa suprema del Reino Unido y cuenta con un sistema bicameral: la Cámara de los Comunes y la Cámara de los Lores. (Mincetur,2010, pág.13).

Prochile (2016) nos dice:

Los antecedentes del Sistema Judicial en el Reino Unido que el primero de octubre de 2009 entró en funcionamiento la nueva Corte Suprema del Reino Unido, que asume la función judicial que hasta entonces ostentaba la Cámara de los Lores a través del

“Appellate Committee”. Está compuesta por 12 miembros y está expresamente separada del Parlamento y del Gobierno. En el Reino Unido, debido a que está compuesto por 4 países, hay ciertas leyes se aplican a todos ellos, otras a sólo uno y otras a dos o tres de ellos. Las principales fuentes de la legislación británica son el “Common Law”, la normativa de la Unión Europea, y el Convenio de la Unión Europea de Derechos Humanos. No hay un compendio que contenga todas las leyes que rigen al Reino Unido. (pag.12)

Fuerzas económicas y financieras

Según Santandertrade (2018) La economía británica, la sexta mayor del mundo, creció 1,7% en 2017, ligeramente menos que en 2016 (+1,8%). Se prevé que en 2018 y 2019 el crecimiento se establezca en torno a 1,5% (pag.1).

Es una economía de altos ingresos, miembro de la OCDE, miembro del G8.

Se encuentra en el 7 puesto de los 190 que conforman el ranking Doing Business que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios.

La divisa oficial de Reino Unido es la libra esterlina.

Fuerzas sociales, culturales y demográficas

En cuanto al Índice de Desarrollo Humano que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso de un país y que en definitiva nos muestra el nivel de vida de sus habitantes, indica que los británicos se encuentran entre los que mejor calidad de vida tienen.

Respecto a la Natalidad el Reino Unido tuvo una tasa de natalidad el 2017 de 11.40 %.

Reino Unido - Natalidad					
Fecha	Nacidos	Nacidos Hombres	Nacidos Mujeres	Tasa Natalidad	Índice de Fecund.
2017	755.043			11,40‰	
2016	774.386	397.481	376.905	11,80‰	1,79
2015	776.746	398.760	377.986	11,90‰	1,80
2014	775.908	398.145	377.763	12,00‰	1,81
2013	778.358	399.358	379.000	12,10‰	1,83

Figura N° 8 Índice de Natalidad Fuente: Prochile

Reino Unido igualó a Suecia, con una tasa de natalidad de 11,8 por mil. La tasa de mortalidad fue de 9,1 por mil. El estado, que curiosamente atraviesa su andadura hacia la salida de la UE, sumó el año pasado 774.800 nacimientos y fallecieron 597.200 personas. El movimiento natural de la población fue positivo, ya que la población se incrementó en 177.600 habitantes.

El Reino Unido no tiene un idioma oficial, pero el más predominante es el inglés. El escocés, es hablado en el noreste de Gran Bretaña y reconocido a nivel europeo. También hay cuatro lenguas celtas en uso: el galés, el irlandés, el gaélico escocés y el córnico. (Prochile, 2016, pág.13).

Prochile (2016) indica que “La religión oficial de Inglaterra es el anglicanismo. La iglesia de Inglaterra o la Iglesia Anglicana mantienen representación en el parlamento del Reino Unido y su jefe supremo es el Monarca o Jefe de Estado. La presbiteriana, es la iglesia nacional de Escocia.”

Fuerzas tecnológicas y científicas

El sector tecnológico está cobrando un enorme protagonismo en el desarrollo de la economía a nivel global, principalmente en lo que respecta a los avances en robótica,

informática, microelectrónica, telecomunicaciones y biotecnología. Las inversiones en este mercado van en aumento, sobre todo en Asia, Norteamérica y Europa

El Reino Unido está adquiriendo gran protagonismo debido a sus tecnologías financieras o fintech. En este entorno, el nacimiento de numerosas Startup es una realidad palpable, con oportunidades únicas para emprendedores con buenas ideas y novedosas propuestas. (BusinessGoOn,2018, pag.1)

Fuerzas ecológicas y ambientales

La entrada de producción extranjera en prendas de bebé es más compleja que en otros sectores del textil, debido a una mayor exigencia de calidad. Sin embargo, forjando una imagen de producción de calidad se podría facilitar la entrada a producción de otros países.

2.2.2 Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)

En la matriz EFE se muestran las oportunidades y amenazas las cuales tendrán escalas del 1 al 4, donde 1 es pobre (no mucha importancia) y 4 es superior (mayor importancia)

La matriz, que se muestra en la Tabla N°9, alcanzó un puntaje de 2.65 debido a que cuenta TLC vigente (puntaje de 0.45) y por la amenaza baja natalidad y caída de los precios (puntaje de 0.40). Este resultado según la valorización de escalas hace hincapié que la empresa puede invertir sin riesgo alguno.

Tabla N° 9 MATRIZ EFE

Oportunidades	Peso	Valor	Puntaje Ponderado
TLC vigente	0.15	3	0.45
Tendencia a fibras naturales y de calidad	0.20	2	0.44
Índice de IDH alto, entre los	0.15	2	0.30

mejores calidades de vida			
Oportunidad para empresas extranjeras	0.20	1	0.20
Amenazas			
Caída de los precios	0.15	2	0.30
Fuerte competencia de productores asiáticos	0.05	1	0.05
Baja producción del algodón	0.10	2	0.20
Baja natalidad	0.10	3	0.30

Fuente: Elaboración Propia

2.2.2.1 Las 5 fuerzas de Porter

Siendo una herramienta de gestión que permite realizar un análisis externo de una empresa a través del análisis de la industria o sector a la que pertenece.

Según este enfoque sería ideal competir en un mercado atractivo, con altas barreras de entrada, proveedores débiles, clientes atomizados, pocos competidores y sin sustitutos importantes.

Las cinco fuerzas de Porter incluyen tres fuerzas de competencia vertical: Amenaza de productos sustitutos, amenaza de nuevos entrantes o competidores en la industria, y la rivalidad entre competidores, y también comprende 2 fuerzas de competencia horizontal: El poder de negociación de los proveedores, y el poder de negociación de los clientes

5 FUERZAS DE PORTER

Poder de Negociación de los proveedores:

Hay una moderada cantidad de proveedores de gran prestigio como Creditex, Textil Piura, Textil Oceano, San Cristobal, Camones, Diseño y Color, Hialpesa y San Jacinto.

Entre los mencionados hay que tener en cuenta que muchas veces están copados de pedidos además venden a grandes volúmenes se trabajara con pequeñas y medianas empresas. Nuestro proveedor será Diseño y Color S.A.

Amenaza de Nuevos Competidores: No existen barreras de entrada para nuestros competidores. Hay mucha competencia, pero la empresa tiene ventajas competitivas como ser diseños únicos y exclusivos con el mejor algodón del mundo.

Tecnología superior.

Rivalidad entre empresas:

El mercado se ha polarizado nuestros competidores son los del segmento alto (boutiques, tiendas especializadas entre las que se destacan son:

Burberry, Baby Dior, Ralph Lauren, Stella McCartney Kids, Gucci Kids, Fendi Kids, Dolce & Gabbana, Blossom. Mosdtrom, Baby & Taylor, Oeuf, Petit Bateau, Bonpoint, Cacharel, Catimini

Amenaza de los productos sustitutos:

Los productos sustitutos son más respecto a la materia prima (ropa de china) o el algodón orgánico.

Poder de Negociación de los clientes:

Siendo nuestro mercado meta el A y B son aquellos que su prioridad es la calidad y diseño dejando de lado el precio.

2.2.3 Segmentación del mercado objetivo

La segmentación del mercado abarca en subgrupos homogéneos para llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada y particular y así satisfacer las necesidades del cliente y a su vez los objetivos de la organización. (Facultad de Agronomía y Veterinaria Universidad Nacional de la Pampa de Argentina, 2006)



Figura N°9 Segmentación de mercado del Reino Unido respecto a ropa de bebé

Fuente: Promperu

Distribución de la población por edades en %	
Menos de 5 años:	6,0%
De 5 a 14 años:	11,4%
De 15 a 24 años:	13,2%
De 25 a 69 años:	57,6%
Más de 70 años:	11,8%
Más de 80 años:	4,7%

Source: Naciones Unidas, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, División de Población, Perspectivas 2010 - Últimos datos disponibles.

Figura N°10 Distribución por edad en %

Fuente: Mincetur

Los padres en el Reino Unido están teniendo hijos a una edad más avanzada, cuando ya disponen de ingresos superiores para gastar más en ropa y adquirir productos de segmento alto.

Además, Reino Unido es uno de los países con gran mayor potencial. La tendencia apunta a que los consumidores buscan confecciones con materiales suaves, que hayan sido elaborados en procesos amigables con el medioambiente y con alto contenido de diseño.

La segmentación es:

-Por nivel socioeconómico: Ya que el ser un producto de alta calidad será dirigido al segmento A y B

-Por edad: 25 años a 59 años

-Lugar de residencia: Reino Unido-Londres

2.2.4 Tendencias de consumo

Promperu (2017) indica que:

El consumidor de Reino Unido responde positivamente a la publicidad y decidirán su compra si notan alguna ventaja como la calidad, el diseño, la marca, el precio o certificaciones éticas.

Las prendas de vestir para niños que se venden en Europa se fabrican principalmente de algodón, ya que se valora el tacto suave y natural que brinda esta fibra. Se prefiere en muchos casos colores neutros o enteros.

Una de las prendas de bebé más populares son las que constan de una sola pieza ya que son fáciles de poner y quitar.

Según un informe de CBO, el mercado en Reino Unido esta polarizado, por un lado se reduce el presupuesto familiar medio y se aumenta la compra de ropa de bebes en tiendas minoristas y supermercados de bajo precio, y por otro el mercado de prendas de bebé de lujo crece considerablemente. (pág.6)

Promperu (2016): “Además, el consumo ético es cada vez más evidente. La joven generación del milenio, en particular, viene demostrando un mayor deseo de marcas y productos respetuosos con el medio ambiente y favorables al reciclaje”. (pág.18)

2.3 Análisis de la oferta y demanda

2.3.1 Análisis de la oferta

Esta industria del sector textil se ha posesionado como uno de los sectores principales de desarrollo de la economía nacional, al registrar importantes niveles de crecimiento y desarrollo durante los últimos 15 años.

La zona norte del Perú es donde se saca los hilados de algodón pima.

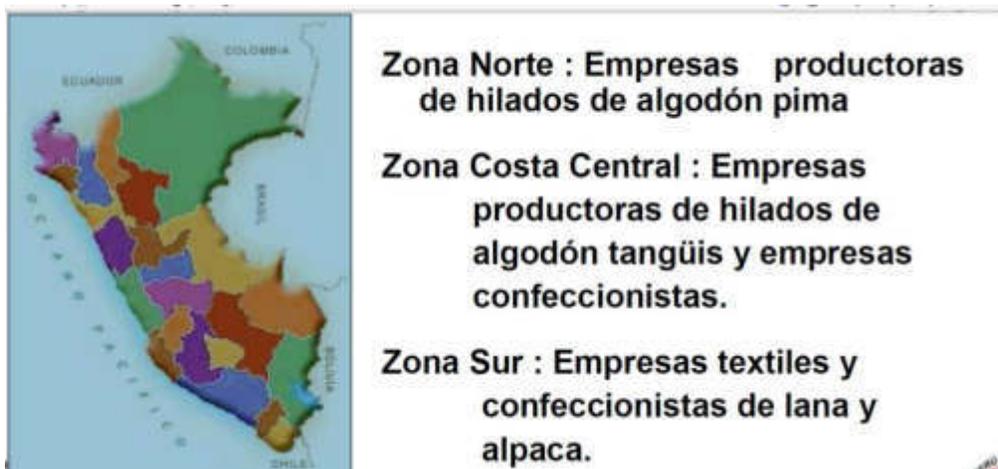


Figura N°11 Zonas de producción

Fuente: Mapa de Perú

Según La Republica (2017) refirió:

Los productores algodoneiros deberían considerar algunos meses para limpiar los campos para, posteriormente, comenzar con la siembra del denominado “oro blanco” y evitar los factores climatológicos. “Las lluvias, la alta temperatura y las horas de inclemente sol afectan el cultivo, tal como lo muestran las estadísticas”, aseveró.

Laberry Saavedra argumentó que cuando se empieza la instalación del **cultivo a partir de abril y mayo, el algodoneiro se adapta mejor**. Dijo que la temperatura es más baja y se registra un clima soleado pero más fresco y óptimo para el algodón pima peruano.

Recordó que en este año se sembraron 1,272 hectáreas (ha) de producción, frente a las 370 ha del año pasado. Sin embargo, se espera un cambio que conllevará a mejorar la economía de los agricultores de la región.

En ese sentido, el director de Agricultura espera que en el **2018 se siembren 3,000 ha de algodón. Además, agregó, que en tres o cuatro años la situación mejore y se dispongan de 10,000 ha para la siembra de este producto bandera**. (pág.1)

Según la figura N°12 el Perú tiene como principales compradores a Estados Unidos, Chile, Argentina, Ecuador, Reino Unido y Suecia entre otros, identificándose al Reino Unido como el quinto mayor comprador de la ropa de bebé de algodón pima de Perú.

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú en 2016

Producto: 611120 Prendas y complementos "accesorios" de vestir, de punto, de algodón, para bebés (exc. gorras)

Importadores	Seleccione sus indicadores										
	Valor exportado en 2016 (miles de USD)	Saldo comercial en 2016 (miles de USD)	Participación de las exportaciones para Perú (%)	Cantidad exportada en 2016	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2012-2016 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de las cantidades exportadas entre 2012-2016 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2015-2016 (% p.a.)	Posición relativa del país socio en las importaciones mundiales	Participación de los países socios en las importaciones mundiales (%)
Mundo	29.918	19.958	100	556	Toneladas	53.809	-7	-6	7		100
Estados Unidos de América	19.089	19.059	63,8	303	Toneladas	63.000	2	0	11	1	25,5
Chile	2.685	2.677	9	107	Toneladas	25.093	-6	3	31	18	1
Argentina	1.366	1.351	4,6	24	Toneladas	56.917	-14	-13	20	84	0,04
Ecuador	1.153	1.142	3,9	25	Toneladas	46.120	-5	-3	-35	79	0,04
Reino Unido	1.075	1.075	3,6	15	Toneladas	71.667	11	13	12	2	8,7
Suecia	860	860	2,9	14	Toneladas	61.429	32	43	237	22	0,8
España	637	630	2,1	10	Toneladas	63.700	-9	-6	28	5	5
México	553	553	1,8	8	Toneladas	69.125	-26	-25	-45	20	0,9
Brasil	537	531	1,8	10	Toneladas	53.700	6	5	-6	39	0,3
Colombia	426	407	1,4	11	Toneladas	38.727	-25	-23	-52	45	0,2
Paraguay	183	183	0,6	2	Toneladas	91.500	0	19	182	71	0,05
Venezuela, República Bolivariana de	171	171	0,6	3	Toneladas	57.000	-62	-60	-51	85	0,03
Panamá	165	165	0,6	8	Toneladas	20.625	-4	-8	59	59	0,1
Bolivia, Estado Plurinacional de	160	8	0,5	2	Toneladas	80.000	88	23	51	109	0,01
Costa Rica	114	114	0,4	2	Toneladas	57.000	12	23	-36	57	0,1
Francia	102	102	0,3	1	Toneladas	102.000	13	0	132	3	7
Japón	78	78	0,3	1	Toneladas	78.000	-25	-29	100	7	3
Corea, República de	68	67	0,2	1	Toneladas	68.000	-11	-15	-58	28	0,7
Italia	54	50	0,2	1	Toneladas	54.000	-37	-37	-74	6	4,1
República Dominicana	53	53	0,2	1	Toneladas	53.000	-7	0	61	111	0,01

Figura N°12 Lista de mercados importadores para un producto exportado por el Perú 2016

Fuente: DataTrade



Figura N°13 Lista de mercados importadores para un producto exportado por el Perú 2016

Fuente: DataTrade

Promperu (2017) nos indica que:

Las exportaciones peruanas de prendas de bebé de algodón al mundo alcanzaron el 2016 los US\$31 millones, creciendo en 5,0%. Nuestros principales destinos fueron, Reino unido US\$19 millones/ 63% de participación, Chile US\$3 millones/ 9% de participación, Argentina US\$1 millón/ 5% de participación, Ecuador US\$1 millón/ 4% de participación y Reino unido US\$1 millón/ 4% de participación.

Entre los países de mayor crecimiento y más dinámicos están, EEUU (+9,7%), Chile (+25,9%), Argentina (+25,8%), Reino unido (+11,1%), Suecia (+237,1%) y España (+28,4%).

Las exportaciones de prendas de bebé de algodón a Reino Unido crecieron en 10,9% en los últimos cinco años, alcanzando un US\$1 millón el 2016. Fueron 17 empresas las que realizaron envíos a Reino Unido en 2016. Dos empresas concentran el 69% de los envíos peruanos. (pág. 4)

PRINCIPALES MERCADOS

Mercado	%Var 16-15	% Part. 16	FOB-16 (miles US\$)
Estados Unidos	11%	64%	19,067.32
Chile	31%	9%	2,684.86
Argentina	20%	5%	1,366.50
Ecuador	-37%	4%	1,153.34
Reino Unido	11%	4%	1,074.90
Suecia	237%	3%	859.99
España	28%	2%	637.33
México	-45%	2%	553.27
Brasil	-6%	2%	536.98
Otros Países (33)	--	7%	1,983.93

Fuente: SUNAT

Figura N° 14 Principales mercado de Perú

Fuente: SicceX

La figura N°14 nos indica que el Reino Unido es el quinto importador de nuestro producto de ropa de bebé de algodón pima.

Las empresas que exportan al mercado de Reino Unido actualmente son:

-Manufacturas Americanas Eirl

-Industrias Nettalco S.A

-Lennys Kids Sac

-M N Textiles entre otras

PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS

Empresa	%Var 16-15	% Part. 16
MANUFACTURAS AMERICA E I R L	11%	21%
INDUSTRIAS NETTALCO S.A.	12%	15%
LENNY KIDS S.A.C.	8%	8%
MNS TEXTILES S.A.C.	136%	4%
PERU FASHIONS S.A.C.	8%	4%
CONFECCIONES TEXTIMAX S A	226%	3%
MAKEI COTTONS E.I.R.L.	207%	3%
SERVICIOS FLEXIBLES SOCIEDAD ANON...	7%	3%
MANUFACTURAS CHRISTCI S.R.LTDA.	-16%	3%
Otras Empresas (256)	--	25%

Fuente: SUNAT

Figura N° 15 Principales empresas exportadoras de ropa de bebé de algodón pima

Fuente: SicceX

Promperu (2017) dice que:

Hay que considerar que las exportaciones de valor menor a los 6,000EUR no requerirán certificación de origen, y serán acompañados por una declaración emitida por el exportador en la factura, una nota de entrega o cualquier otro documento comercial que describa los productos con suficiente detalle para hacer posible su identificación. El Certificado de Origen debe respetar la Norma de Origen establecido en el Acuerdo Comercial. Una Norma de Origen cubre a los requisitos mínimos de producción, fabricación, elaboración y/o transformación que debe tener el producto para ser considerado originario; a fin de gozar de las preferencias arancelarias otorgadas por los países. (pág.5)

2.3.2 Análisis de la demanda

Reino Unido es el segundo importador mundial de prendas de bebé de algodón, por detrás de Estados Unidos, alcanzando el 2016 US\$ 652 millones, es decir, un 8% del total de importaciones mundiales.

Tabla N° 10 Lista de proveedores del Reino Unido respecto a la partida arancelaria 6111200000

Exporters	Imported value in 2013	Imported value in 2014	Imported value in 2015	Imported value in 2016	Imported value in 2017
World	532,757	565,538	579,183	535,097	446,388
India	127,131	147,962	162,100	168,120	136,727
China	208,216	188,575	165,300	141,127	99,058
Sri Lanka	69,496	81,125	93,954	76,373	62,785
Bangladesh	49,262	56,554	64,268	61,838	52,367
Cambodia	10,343	15,065	14,944	14,676	32,249
Turkey	14,142	17,146	13,702	11,887	10,859
France	9,179	9,357	12,255	10,356	8,216
Italy	4,600	5,091	6,095	6,484	6,344
Germany	801	1,865	3,667	4,863	4,940
Spain	2,409	3,282	3,852	5,356	4,933
Viet Nam	2,859	4,015	4,579	3,914	4,403
Thailand	3,172	2,112	3,037	3,290	3,178
Indonesia	4,946	4,979	4,576	4,614	2,917
Hong Kong, China	1,438	2,535	1,805	2,509	2,711
Pakistan	2,578	2,862	2,615	2,928	2,386
Ireland	1,643	2,448	2,547	4,826	2,148
Egypt	6,212	7,091	3,695	2,482	1,566
Peru	1,051	1,177	1,076	1,116	1,409
Sweden	3,216	4,413	6,127	868	916
Netherlands	1,082	341	888	745	861
Portugal	3,787	2,118	1,881	1,786	822
Denmark	347	426	357	306	451
Czech Republic	222	449	664	504	408
Japan	20	31	64	191	400
Tanzania, United Republic of	191	300	839	135	348
Philippines	829	593	532	556	317
United Arab Emirates	225	326	169	158	301
Tunisia	14	270	692	323	300

Fuente: Data trade

Según la Tabla N° 10 podemos observar que Perú está en el lugar 17 como proveedor a Reino Unido respecto a la exportación de ropa de bebé de algodón pima.



Figura N° 16 Tendencia de exportación al Reino Unido de las prendas de bebé de algodón pima

Fuente: Promperu

El mercado de prendas de vestir para bebés y niños¹ en Reino unido 2016

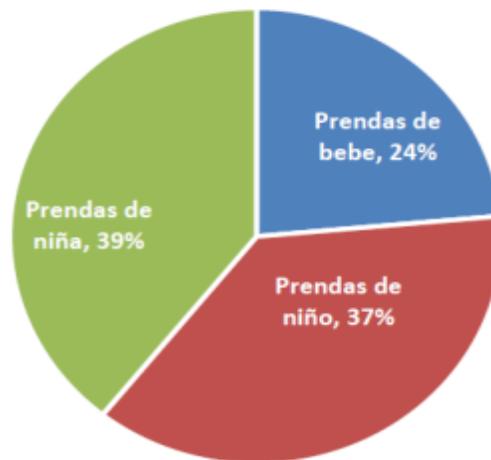


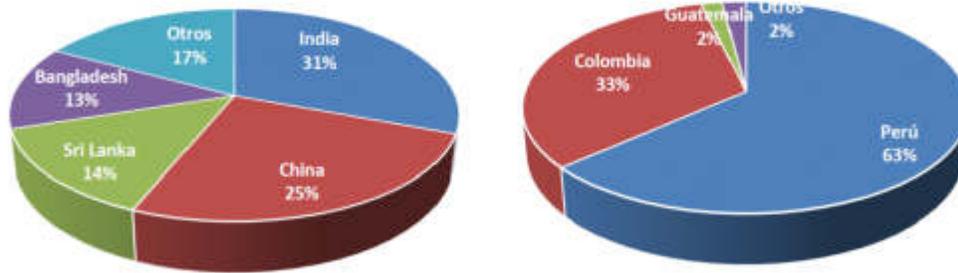
Figura N° 17 Mercado de prendas de vestir para bebés y niños 2016

Fuente: Promperu

En la figura representa que la prenda de bebés representa el 24%, las prendas de niños el 37% y las prendas de niñas el 39%.

Reino Unido: Proveedores a nivel mundial para la línea prendas de bebé de Algodón 2016

Reino Unido: Proveedores en Latam para la línea prendas de bebé de Algodón 2016



Fuente: TRADEMAP
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Figura N° 18 Reino Unido y sus proveedores

Fuente: Promperu

La India es el proveedor principal del Reino Unido seguido de China con un 25% y Sri Lanka con 14% y Bangladesh con un 13%; a nivel de países latinoamericanos el Perú es su proveedor principal con el 63 % y Colombia con el 33%. de las exportaciones de ropa de bebé de algodón

2.4 Estrategias de Ventas y Distribución

2.4.1 Estrategia de segmentación

Se ha segmentado el mercado geográficamente, demográficamente y psicográficamente.

Segmentación geográfica

El mercado elegido en Reino Unido siendo su capital Londres con una población de 8,787,892 habitantes.

Segmentación Demográfica

Nuestra población está conformada por adultos de 25 a 49 años de edad del distrito de Londres–Reino Unido.

La población total en Londres de 25 a 49 años es de 2,900,004.36 habitantes repartidos de la siguiente manera por rango de edades:

0-14: 18% 1,581,820.56 habitantes.

15-24:13% 1,142,425.96 habitantes.

24-49:33% 2,900,004.36 habitantes.

50-64:18% 1,581,820.56 habitantes.

65-79:12% 1,054,547.04 habitantes.

80-A MAS:6% 527,273.52 habitantes.

Entonces tenemos:

Población total de Londres: 8,787,892 habitantes

Población de 25 – 49 años: 2,900,004.36 habitantes

Segmentación Psicográfica

Nos enfocamos en los estratos socioeconómicos A, B los cuales representan el 20% de la población de Londres con edades comprendidas entre los 25 a 49 años.

Tabla N °11 Estructura de Mercado

Descripción	Porcentaje	Total Hab.
Población de Londres	tasa de crecimiento	8,787,892
Edades 25 a 49 años	38.1%	2,900,004.36
Población Sector A y B	17.7%	5,133,000
Mercado potencial	17.7%	5,133,000
Mercado disponible	75%	3,849,750
Mercado efectivo	60%	2,309,850

Mercado Objetivo	2%	46,197
------------------	----	--------

Fuente: Elaboración Propia

2.4.2 Estrategias de posicionamiento

La estrategia de posicionamiento de la empresa será basada en **calidad** lo cual abarca a la calidad de la materia prima y la calidad de los diseños únicos lo cual busca el segmento A y B, se ingresará a las boutiques especializadas en ropa de bebé.

Tabla N° 12 Tipo de estrategias de posicionamiento de una marca

Fuente: Elaboración Propia

Según el estilo de vida: Esta estrategia se basa en intentar posicionarse basándose en el estilo de vida del consumidor objetivo y es un tipo de estrategia muy presente en el sector del automóvil.

Basada en el consumidor: A través de este modelo se consigue que sea el consumidor, a través de su experiencia, el que posicione la marca o el producto en la mente de otros consumidores.

Basado en su uso: Se basa en el uso mismo del producto, que queda vinculado a un momento, lugar y ambientes determinados. Es el caso, por ejemplo de las bebidas energéticas para deportistas o una crema solar.

Basado en la calidad o el precio: Esta es la táctica que siguen las marcas que quieren ser relaciones con la exclusividad y el lujo, fundamentando básicamente su posicionamiento en la calidad del producto o su precio. Esta es el recurso de posicionamiento más empleado por las grandes marcas de moda o joyería.

En comparación con la competencia: A través de esta técnica se puede hacer una comparativa de tu producto con otro u otros de la competencia, para resaltar la supremacía de tu producto frente al resto. Es muy común en el caso de los detergentes.

Basado en los beneficios: Con esta estrategia se pretende posicionar un producto en la mente de los consumidores resaltando los beneficios que entraña su uso o consumo. Además, de la obvia necesidad que el usuario desea cubrir con la adquisición del producto, si la empresa atribuye al producto beneficios complementarios será más fácil conseguir un óptimo posicionamiento en la mente del público objetivo.

En función de sus características: El principal fundamento de posicionamiento en este caso son las características técnicas del producto. Se emplea sobre todo en las empresas automovilísticas y tecnológicas.

2.4.3 Estrategias de distribución

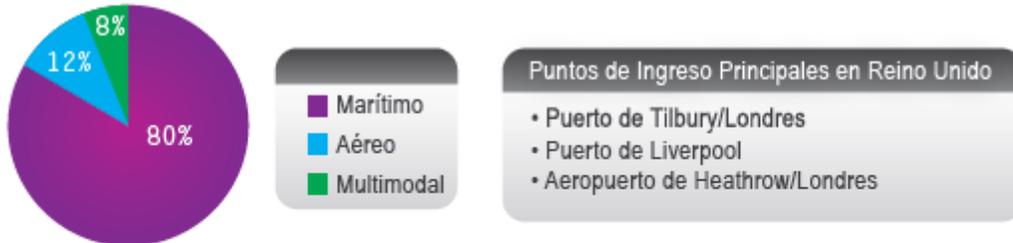
Se utilizará la distribución mediante el canal de retail teniendo en cuenta que

Promperu (2017) nos indica que:

Según el informe “Perfil logístico en Reino unido”, en el canal de retail se encuentran las a) tiendas de diseñador, el cual está dirigido al segmento más alto del mercado; b) tiendas independientes, con un canal de distribución que va acorde con el nivel de especialización de las prendas que ofrecen en el mercado, ofreciendo tiendas con conceptos multimarcas, o tiendas especializadas c)Hipermercados y supermercados, como por ejemplo Carrefour, los cuales ofrecen productos específicos para niños o lencería ; d)Empresas de venta por catálogo, los cuales son retailers que listan sus productos a través de catálogos o vía online donde los consumidores pueden comprar haciendo uso de una orden por teléfono o por internet ; e) tiendas on line, tiendas que venden vía internet las cuales son llamadas también eshops, e-stores, webstores u online shops. (pág. 5).

Infraestructura y Logística para el Comercio Exterior

Modo de Transporte Utilizado para la Exportación



Fuente: SUNAT

Figura N° 19 Infraestructura y Logística para el comercio exterior

Fuente: Promperu

2.5 Estrategias de Promoción

La feria será nuestra mejor estrategia de marketing.

Bubble Londres:

En el Business Design Center de Londres la feria comercial de ropa infantil, accesorios, regalos e interiores se lleva a cabo cada año en enero y junio. Proveniente originalmente de los Estados Unidos de América, la Bubble ahora es la feria líder de la industria en el Reino Unido. Casi 300 expositores nacionales e internacionales aprovechan la oportunidad para presentar sus últimas novedades en este evento significativo

Además de la creación de nuestra página web.

2.6 Tamaño de la Planta

Se alquilará un local de 70 metros cuadrados.

3. PLAN LOGÍSTICO INTERNACIONAL

3.1 Envases empaques y embalajes

Mincetur (2009) nos dice que: El envase es un objeto que contiene o guarda un producto líquido, sólido, granulado, cremoso o en polvo. Además de protegerlo y estar en contacto directo, facilita su transporte y su comercialización. (pág.15)

El envase del producto será papel seda.



Figura N° 20: Envase del producto

Fuente: Elaboración Propia

Mincetur (2009) nos dice que:

El empaque o “**embalaje secundario**” de alguna manera es el encargado de vestir y contener el envase que hemos descrito hace un momento. Tiene como función principal exhibir, identificar y facilitar la venta y/o uso del producto dándole una buena imagen visual y distinguiéndola de los productos de la competencia. (pág.19)

El empaque del producto será caja de regalo con motivos infantiles.



Figura N °21: Modelo del empaque del producto

Fuente: Elaboración propia



Figura N °22: Empaque del producto

Fuente: Elaboración Propia

EMBALAJE

Mincetur (2009) nos dice que:

Finalmente hablaríamos del “**embalaje terciario**” cuya única función es la de almacenar, proteger, conservar y transportar varias unidades del mismo producto *en grandes cantidades*. Para su transporte, manejo, carga o

descarga.(pág.21).



Figura N° 23: Embalaje del producto

Fuente: Elaboración Propia

Promperu (2017) nos dice que:

No existen normas obligatorias, pero existen tres normas europeas sobre el tamaño de la ropa que tienen como objetivo establecer un sistema de dimensionamiento común. Se conocen como: EN 13402-1: 2001, EN 13402-2: 2002 y EN 13402-3: 2004. Los productos de la industria de la vestimenta exportados a Reino Unido deben cumplir con los requisitos de etiquetado establecidos por la Unión Europea. En el caso de productos textiles, las normativas vigentes son el Reglamento N° 1007/201135, relativo a “las denominaciones de las fibras textiles y al etiquetado y marcado de la composición en fibras de los productos textiles”, así como las Regulaciones de Productos Textiles 1986. En ellas se indica que el etiquetado y marcado de los productos textiles que se comercialicen en la UE serán duraderos, legibles, visibles, accesibles con facilidad y que estarán fijadas a la prenda de modo seguro. (pág.20)

3.2. Diseño de rotulado y marcado

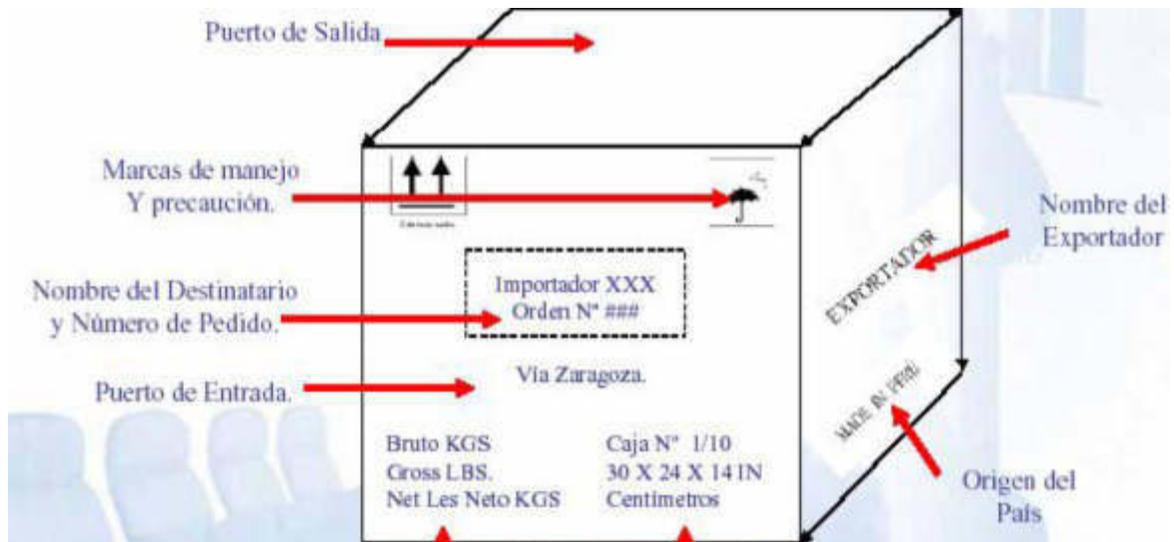
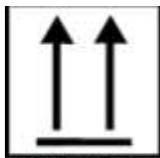


Figura N° 24: Modelo del diseño del marcado

Fuente: Promperu



Frágil



Hacia arriba
Frágil

Hacia arriba

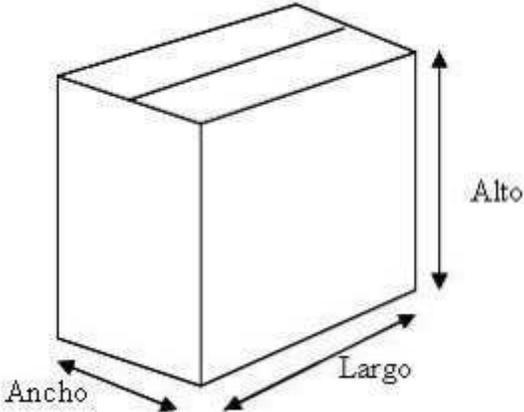


Proteger Humedad

Proteger de la humedad

3.3 Unitarización y cubicaje de la carga

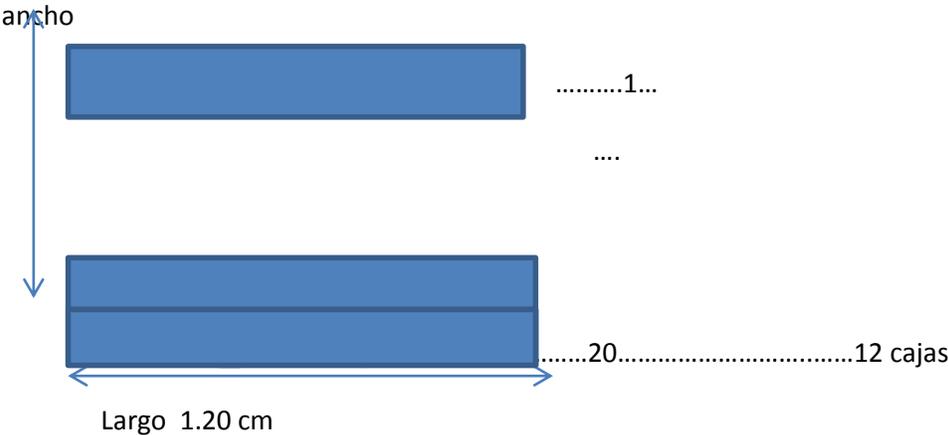
El empaque del producto 0.40*x0.25x0.04 (caja de regalo)



Medida del pallet: 1m 20cm de largo y 100 cm de ancho (1200X1000mm)



Por ende en la unitarización de la carga:



1 PALLET = 240 cajas (siendo veinte filas de 12 cajas cada una)

Por inicio de actividades se exportará 2000 ajuares en cajas siendo cuatro pallets aproximadamente.

3.4 Cadena de DFI de exportación /Importación

Para transportar mercancías desde Perú hacia Reino Unido, se puede llegar vía aérea y marítima.

Infraestructura marítima: Los principales puertos de Reino Unido respecto al comercio que realiza con Perú son el Puerto de Felixtowe y el Puerto de Tilbury. El puerto de Felixtowe es el puerto más grande de movimiento de contenedores de Reino Unido y uno de los más grandes en Europa. El Puerto de Tilbury, se caracteriza por el manejo de gran volumen de carga de papel, el volumen de los servicios de cruceros que recalán en dicho puerto y es considerado el más importante del Rio Thames.

Infraestructura aérea: Entre los principales puertos identificados de Reino Unido tenemos al Aeropuerto Internacional de Londres – Heathrow y el Aeropuerto Internacional de Manchester, los cuales se describirán en el presente apartado.

El Aeropuerto Internacional de Londres - Heathrow (Código IATA: LHR, código OACI: EGLL), es el aeropuerto con mayor actividad y conexiones de Inglaterra y el Reino Unido.

Se elige la vía marítima y se trabajara con Cargo Bussiness.

3.5 Seguro de mercancías

Las operaciones se trabajarán en Valor CIF, los distintos departamentos de Comercio Exterior de los Bancos y entidades aseguradoras ofrecen seguro para la carga.

Entre ellas tenemos:

La póliza cubre al ASEGURADO contra las pérdidas y/o daños directos que sufren los bienes y/o mercancías señaladas en las Condiciones Particulares durante su transporte desde y hacia puertos internacionales y/o almacenes de proveedores y/o del ASEGURADO y/o depósitos particulares de aduana y que sean a consecuencia de un riesgo cuya causa inmediata o dominante se encuentre incluido en esta póliza.

Seguro de Transporte de Importación y Exportación

Imprimir Me gusta Twitter

SEGURO DE TRANSPORTE
IMPORTACIÓN - EXPORTACIÓN

Solicítalo aquí Oficinas MAPFRE

MAPFRE cubrirá la mercadería que transporte tu empresa durante todo el trayecto de la importación y/o exportación, incluyendo el tránsito marítimo o aéreo, estadía en aduanas, y el tránsito terrestre hasta los almacenes siempre dentro del curso ordinario de la importación y/o exportación. Tu mercadería estará protegida por los daños y/o pérdidas ocurridos a causa de riesgos descritos en las condiciones particulares de la póliza.

A quien va dirigido
Va dirigido a personas naturales, empresa comerciales, industriales, de servicios y en general todo tipo de empresas que requieran asegurar el

Figura N° 25: Modelo del diseño del mercado

Fuente: Promperu

PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

4.1 Fijación de precios

4.1.1 Costos y precios

La determinación del precio se basará dándole un margen de utilidad al costo total de producción del producto,

Precio: Costo del producto +Costo del Envió + %Utilidad =33 soles

PRODUCTOS	COSTO	CANT		TOTAL
TELA	S/ 8.25	1	UND	S/ 8.25
HILOS DE REMALLE	S/ 1.70	10	MTS	S/ 1.70
SESGO	S/ 0.06	1	UND	S/ 0.06
LIGA	S/ 0.08	1	UND	S/ 0.08
CAJAS	S/ 3.75	1	UND	S/ 3.75
ETIQUETAS	S/ 0.15	1	UND	S/ 0.15
PAPEL SEDA	S/ 0.60	1	UND	S/ 0.60
MONTO TOTAL				S/ 14.59

Materiales indirectos (en soles)

PRODUCTOS	COSTO	CANT	MED	TOTAL
<u>COSTOS DE EXPORTACIÓN</u>				-
COSTO DE TRANSPORTE	S/ 812.5	2000		S/.041
GASTO DE EXPORTACIÓN	S/ 3041	2000		S/1.52
PARIHUELAS	S/ 75	2000		S/.004
EMBALAJE	S/ 150	2000		S/.008
MONTO TOTAL				S/1.52

MONTO TOTAL (MATERIALES DIRECTOS Y INDIRECTOS)

S/16.11

MARGEN DE UTILIDAD

S/16.89

PRECIO A FIJAR:

S/33.00

4.1.2 Cotización Internacional

We are a Innova Empresarial. Our quotations is:

2000 UN BabywearC/U S./33

We produce a good clothes (cotton pima)

Time of delivery: 30 days.

We delivery in beautiful boxes.

4.2 Contrato de Compra- Venta Internacional y sus documentos

El siguiente es un modelo de compra venta internacional.

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: Innova Empresarial Sac, empresa constituida bajo las leyes de la República Peruana, debidamente representada por Erika D'uniam Franco, con Documento de Identidad N° ...43170892, domiciliado en su Oficina principal ubicado en Av Girasoles 250 La Victoria, a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte S.A., inscrito en la Partida N° Del Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral N°, debidamente representado por su Gerente General don, identificado con DNI N° Y señalando domicilio el ubicado en Calle, N°, Urbanización, distrito de, provincia y departamento de, República del Perú, a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

GENERALIDADES

CLAUSULA PRIMERA:

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

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

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

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

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

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

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

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLAUSULA SEGUNDA:

- 2.1. Es acordado por las Partes que **EL VENDEDOR** venderá los siguientes productos: ...ropa de bebé de algodón pima-ajuares, y **EL COMPRADOR** pagará el precio de dichos productos de conformidad con el articulo
- 2.2. También es acordado que cualquier información relativa a los productos descritos anteriormente referente al uso, peso, dimensiones, ilustraciones, no tendrán efectos como parte del contrato a menos que esté debidamente mencionado en el contrato.

PLAZO DE ENTREGA

CLAUSULA TERCERA:

EL VENDEDOR se compromete a realizar la entrega de periodo de30..... días luego de recibidas las órdenes de compra debidamente firmadas por el comprador.

PRECIO

CLAUSULA CUARTA:

Las Partes acuerdan el precio de ... por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador en (fecha).

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

El precio ofrecido con mayor frecuencia es sobre la base del Incoterms CIF

CONDICIONES DE PAGO

CLAUSULA QUINTA:

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por **EL COMPRADOR** a **EI VENDEDOR** deberá realizarse contra entrega al 100%

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

INTERÉS EN CASO DE PAGO RETRASADO

CLAUSULA SEXTA:

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

RETENCIÓN DE DOCUMENTOS

CLAUSULA SEPTIMA:

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

TÉRMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

CLAUSULA OCTAVA:

El tipo de INCOTERMS acordado.

RETRASO DE ENVIOS

CLAUSULA NOVENA:

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

INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS

CLAUSULA DECIMA:

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

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

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

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

a). Reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún costo adicional para el comprador.

b). Reintegrar a **EL COMPRADOR** el precio pagado por los productos sujetos a inconformidad.

COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES

CLAUSULA DECIMO PRIMERA:

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

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

CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR

CLAUSULA DECIMO SEGUNDA:

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

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

RESOLUCIÓN DE CONTROVERCIAS

CLAUSULA DECIMO TERCERA:

A menos que se estipule de otra forma por escrito, todas las disputas surgidas en conexión con el presente contrato deberá ser finalmente resueltas por la ley de y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes de, a las cuales las partes por este medio nominan excepto que una parte deseara buscar un procedimiento arbitral en concordancia con las reglas de arbitraje de por uno o más árbitros nombrados de conformidad con dichas reglas.

ENCABEZADOS

CLAUSULA DECIMO CUARTA:

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

NOTIFICACIONES

CLAUSULA DECIMO QUINTA:

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

ACUERDO INTEGRAL

CLAUSULA DECIMO SEXTA:

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

No deberá realizarse cambios o modificaciones de cualquiera de los términos de este contrato a menos que sea modificado por escrito y firmado por ambas Partes. En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de, a los días del mes de 2018.

.....

EL VENDEDOR

.....

EL COMPRADOR

4.3 Elección y aplicación del Incoterm

El diario del exportador (2017): nos dice Los INCOTERMS son un conjunto de normas internacionales destinadas a regular, de una forma global y para su uso en todo el mundo, las obligaciones y los derechos de las partes que intervienen en el comercio internacional. (pág.1).

Regulan la entrega de la mercancía, la transmisión de riesgos, la distribución de gastos y los tramites de documentos aduaneros.

Medidas Internas de Contenedores mas usados

Tipo de equipo	Largo x Alto x Ancho
20' Estándar	5.90 x 2.35 x 2.35 / 26-28CBM
40' Estándar	11.90 x 2.35 x 2.35 / 55-58CBM
40' High Cube	11.90 x 2.60 x 2.35 / 60-68CBM
45' Estándar	13.50 x 2.35 x 2.35 / 78CBM
45' High Cube	13.50 x 2.60 x 2.35 / 88CBM

Incoterms

Incoterms	Siglas	Costes riesgos vendedor	EMPAQUE Y VERIFICACIÓN	CARGA (Empaques, Vagones, Contenedores en Fábrica o Almacén)	TRANSPORTE INTERIOR (De Fábrica a Puerto, Aeropuerto, Terminal, Contenedores, etc.)	PERMISOS ADUANEROS EXPORT	LOGÍSTICA (Medio de Transporte, Seguro, Transporte Principal)	SEGURO MERCANCÍA (SEGURO TRANSPORTES)	COSTES (Manipulación, Puerto, Almacén, Terminal, Seguro, Transporte, Almacén, Frontera)	FORMALIDADES ADUANERAS IMPORT	TRANSPORTE (Del Puerto, Aeropuerto, Terminal, Almacén)	RECEPCIÓN O DESCARGA (En Fábrica, Almacén)	MODALIDAD TRANSPORTES (Marítimo / Fluvial/terrestre)
Ex Works En Fábrica	EXW	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	P
Free Carrier At named place (Puerto, Terminal)	FCA	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	P
Free Alongside Ship (hasta la cara del Contenedor) o (hasta el Puerto de embarque)	FAS	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	M
Free on Board (Puerto de embarque)	FOB	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	M
Carriage Paid to (Transporte Pagado hasta el lugar convenido)	CPT	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	P
Carriage and Insurance Paid to (Transporte e Seguro Pagado hasta el lugar convenido)	CIP	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	P
Cost and Freight (Costo y Flete) (Puerto de destino)	CFR	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	M
Cost Insurance and Freight (Costo, Seguro y Flete) (Puerto de destino)	CIF	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	M
Delivered at Terminal (Transporte e Seguro Pagado hasta la terminal)	DAT	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	P
Delivered at Place (Transporte e Seguro Pagado hasta el lugar convenido)	DAP	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	P
Delivered Duty Paid (Entregado Libre de Derechos hasta el lugar convenido)	DDP	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	P

www.aseologica.com
Tels.: (502) 2442-2482 / 2477-0995 Calzada Atanazio Tzul 35-99, Z. 12 Interior Almacenadora Centralisa, Guatemala

Figura N °26: Incoterms

Fuente: Aseologica

La empresa trabajara con el Incoterm CIF siendo las características:

¿De qué se tiene que hacer cargo el **vendedor** en una operación CIF?

- ✓ Entrega de la mercancía en su almacén (como mínimo)
- ✓ Carga de la mercancía en el camión (como mínimo)
- ✓ Transporte local en origen desde almacén a puerto / aeropuerto
- ✓ Despacho de aduana de exportación
- ✓ Contratación del seguro de transporte
- ✓ Carga y estiba de la mercancía en el buque
- ✓ Transporte internacional de la mercancía

¿De qué se tiene que hacer cargo el **comprador** en una operación CIF?

- ✓ Descarga de la mercancía
- ✓ Despacho de aduanas de importación
- ✓ Transporte local en destino
- ✓ Entrega en el almacén del comprador

Figura N°27: Características del Incoterm CIF

Fuente: Aselogica

4.4 Determinación de Medio de pago y Cobro

El medio de pago recomendable y más seguro es la carta de crédito, pero por inicio de nuestras operaciones en cuenta abierta se trabajará. (transferencia)

Medio/Forma de pago	Riesgo exportador
Pago por adelantado	Ninguno
Carta de crédito	Discrepancias documentarias
Cobranza documentaria	No pago/no aceptación
Cobranza simple	Solvencia del importador
Cuenta abierta	Máximo

Figura N 28: Medio de pago

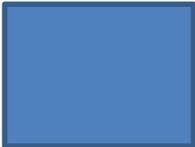
Fuente: SicceX

4.5 Gestión de las Operaciones de Exportación: Flujograma de producción y exportación

Flujograma de producción:



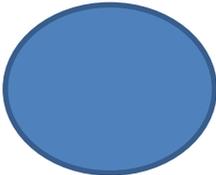
Recepción y almacenamiento de materiales.



Inspección de tela y habilitaciones.



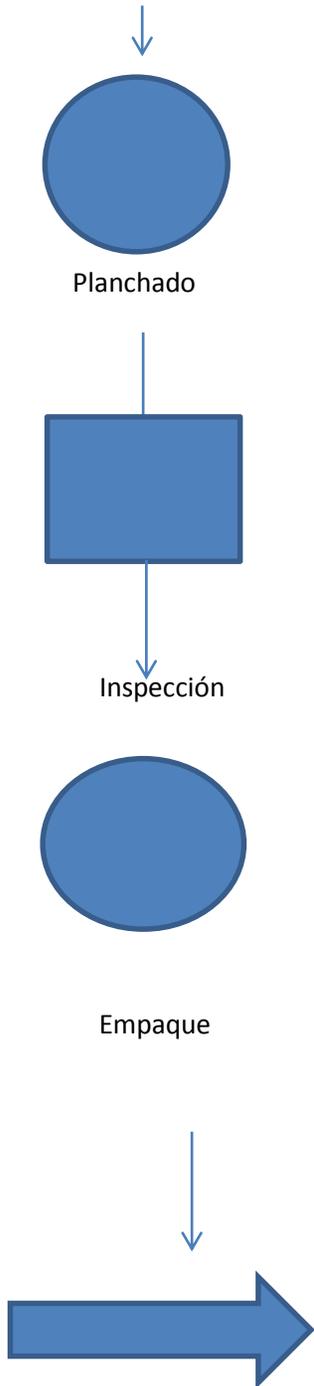
Transporte al área de costura



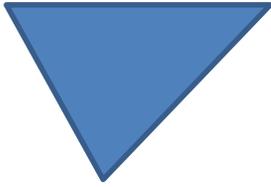
Acabado



Transporte al área de planchado

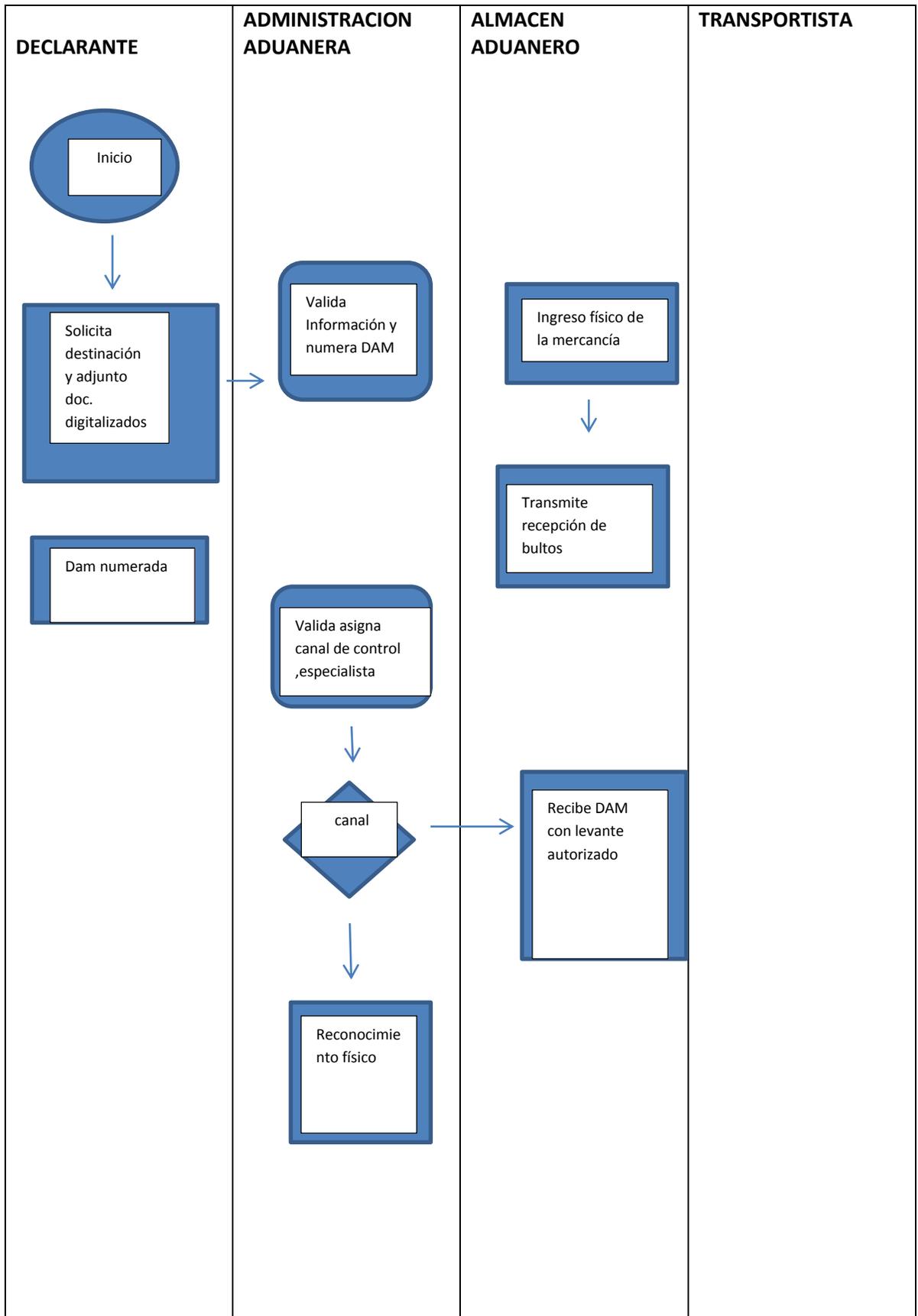


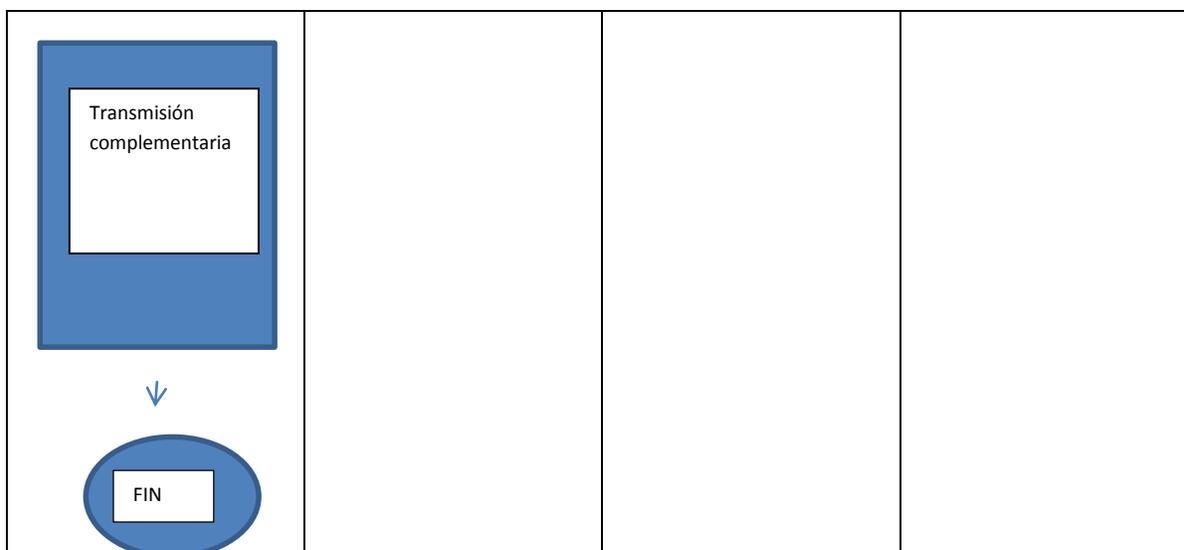
Transporte al almacén de productos terminados



Almacenamiento

-----FIN-----





PLAN ECONOMICO FINANCIERO

5.1 Inversión Fija:

5.1.1 Activos tangibles

A continuación, se detalla los activos tangibles necesarios:

Tabla N°13: Activos Tangibles

Activos Fijos	
Vehículo	
01 Camioneta para repartición de productos	S/.20,000.00
Equipos y muebles	
Herramienta y artículos de producción	
02 mesas de costurería de madera de Tornillo	S/.1,800.00
10 Planchas de Acero con colgador para planchado de prendas	S/.3,500.00
Equipos de producción	
05 Máquinas de coser semiindustrial	S/.7,500.00
02 Máquinas para costura Recta	S/.420.00
02 Maquinas collateras	S/.2,700.00
02 Maquinas remalladoras	S/.3,500.00
01 Maquina botonera	S/.1,000.00
Equipos de Procesamientos de Datos y Comunicaciones	
03 Computadoras	S/.6,000.00
02 Teléfonos	S/.130.00
02 Celulares para la oficina	S/.300.00
01 Impresora Laser	S/.600.00
Mobiliario	

02 Estantes Metálicos	S/.340.00
03 Mesas de Trabajo para Cortes	S/.700.00
02 Escritorios	S/.900.00
03 Sillas de Taller	S/.240.00
02 Sillas de Oficina	S/.250.00
03 extintores contra incendios	S/.360.00
02 Ventiladores	S/.250.00
	S/.50,490.00

Fuente: Elaboración Propia

5.1.2 Activos Intangibles

A continuación, se detalla los activos intangibles necesarios:

Tabla N°14: Activos Intangibles

Activos Fijos Intangibles	
Gastos de Constitución de Empresas Notariales y Registros	S/.2,000.00
Desarrollo de Página Web para publicidad	S/.1,000.00
Registro ante Indecopi para registro de marca	S/.1,800.00
Estudio de mercado y otros	S/.1,500.00
Feria Bubble London	S/.6,300.00
	S/.12,600.00

Fuente: Elaboración Propia

Amortización	10%	S/.12,600.00	S/.1,260.00	S/.105
--------------	-----	---------------------	--------------------	---------------

Fuente: Elaboración Propia

5.2 Capital de Trabajo

Tabla N°15: Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	UNIDAD	MENSUAL	MONTO	SUB TOTAL	TOTAL
Q GASTOS ADMINISTRATIVOS					
1 Gerente General	MES	3	S/.3,916.37	S/.11,749.11	
1 Supervisor de Producción	MES	3	S/.1,736.37	S/.5,209.11	
1 Diseñadora	MES	3	S/.1,736.37	S/.5,209.11	
12 Operarios	MES	3	S/.12,988.44	S/.38,965.32	
1 Asistente de Comercio Exterior	MES	3	S/.1,409.37	S/.4,228.11	
					S/.65,360.76
GASTOS COMERCIALES				TOTAL	
Tela -Algodón Pima (1kg*33 soles) paq 20 kilos	UNIDAD	3	S/.16,500.00	S/.49,500.00	
Hilos de Nylon	UNIDAD	3	S/.3,400.00	S/.10,200.00	
Sesgo	UNIDAD	3	S/.120.00	S/.360.00	
Liga	UNIDAD	3	S/.150.00	S/.450.00	
Cajas	UNIDAD	3	S/.7,500.00	S/.22,500.00	
Etiquetas	UNIDAD	3	S/.300.00	S/.900.00	
Papel seda	UNIDAD	3	S/.1,200.00	S/.3,600.00	
					S/.87,510.00
GASTOS DE SERVICIOS					
Servicio Eléctrico	MENSUAL	3	S/.150.00	S/.450.00	
Agua potable	MENSUAL	3	S/.120.00	S/.360.00	
Mantenimiento de equipos	MENSUAL	3	S/.100.00	S/.300.00	

Servicio Telefónico	MENSUAL	3	S/.95.00	S/.285.00
Gasolina	MENSUAL	3	S/.250.00	S/.750.00
3 Celular	MENSUAL	3	S/.95.00	S/.285.00
Utiles de oficina	MENSUAL	3	S/.150.00	S/.450.00
Servicio de Limpieza	MENSUAL	3	S/.500.00	S/.1,500.00
Utiles de Limpieza	MENSUAL	3	S/.200.00	S/.600.00
Alquiler	MENSUAL	3	S/.1,200.00	S/.3,600.00
Pago al Contador	MENSUAL	3	S/.500.00	S/.1,500.00
				S/.10,080.00
GASTOS DE EXPORTACIÓN				
Flete	MENSUAL	3	S/.812.50	S/.2,437.50
Emisión de B/L	MENSUAL	3	S/.192	S/.575.25
Handling	MENSUAL	3	S/.161.50	S/.484.50
Seguro	MENSUAL	3	S/.255.17	S/.765.51
Consolidación,Gastos de Terminal,Manipuleo de ingreso de la mercaderia,Vistos Buenos	MENSUAL	3	S/.1,583	S/.4,748.10
Agenciamiento de aduana	MENSUAL	3	S/.850	S/.2,550.00
				S/.11,560.86
				S/.174,511.62
TOTAL DE INVERSIÓN				S/.237,601.62

Fuente: Elaboración Propia

5.3 Inversión Total

A continuación, se presenta el cuadro para la inversión del proyecto, donde se podrá observar los desembolsos que se necesitarán para la compra de Activos Fijos Tangibles (Equipos de cómputo, muebles y enseres, equipos de transporte, etc.), así como también los activos intangibles (Gastos de constitución, licencia de funcionamiento, registro de marca, etc.).

De esta manera se muestra el Capital de Trabajo que se necesita y que se desembolsará para dar inicio a la puesta en marcha del proyecto.

Tabla N°16 Resumen de Inversión

INVERSIÓN FIJA	Total
TANGIBLE	S/.50,490.00
INTANGIBLE	S/.12,600.00
CAPITAL DE TRABAJO	S/.174,511.62
TOTAL INVERSIÓN	S/.237,601.62

Fuente: Elaboración propia

5.4 Estructura de Inversión y financiamiento

Tabla N°17 Inversión y financiamiento

<u>ESTRUCTURA DE CAPITAL</u>	<u>SOLES</u>	<u>%</u>
Aporte de Capital	S/.166,321.13	70%
Financiamiento Bancario	S/.71,280.49	30%
	S/.237,601.62	100%

Fuente: Elaboración propia

5.5 Fuente financiera y condiciones de crédito

Tabla N° 18 Fuente financiera y condiciones de crédito

INSTITUCIÓN FINANCIERA	Interbank
Monto a financiar	S/.71,281
Moneda de préstamo	Soles
Plazo de préstamo	48 meses
Monto de Cuota Ordinaria	2,291.74
Tasa de Interés Compensatorio (TEA)	24.0% anual
Tasa de Costo Efectivo Anual (TCEA)	25.81% anual

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°19 Cronograma anual de pago

Año	Saldo inicial	Amortización	Interes	Cuota
1	S/.60,104.88	S/.12,287.55	S/.14,492.47	S/.27,500.88
2	S/.45,016.62	S/.15,382.04	S/.11,521.19	S/.27,500.88
3	S/.26,045.47	S/.19,340.54	S/.7,720.25	S/.27,500.88
4	S/.22,38.57	S/.24,270.87	S/.2,986.6	S/.27,500.88

Consultar el cronograma mensual de pagos en el Anexo

Fuente: Elaboración Propia

5.5.1 Depreciación

Tabla N°20 Depreciación

Activos Fijos		Depreciación %	Vida Útil años	1	2	3	4	5
01 camioneta para repartición de productos	S/20,000.00	20%	5	S/4,000.00	S/3,200.00	S/2,560.00	S/2,048.00	S/1,638.40
02 mesas de costurería de madera de Tornillo	S/1,800.00	10%	5	S/180.00	S/162.00	S/145.80	S/131.22	S/118.10
10 Planchas de Acero con colgador para planchado de prendas	S/3,500.00	5%	5	S/175.00	S/166.25	S/157.94	S/150.04	S/142.54
05 Máquinas de coser semiindustrial	S/7,500.00	10%	5	S/750.00	S/675.00	S/607.50	S/546.75	S/492.08
02 Máquinas para costura Recta	S/420.00	10%	5	S/42.00	S/37.80	S/34.02	S/30.62	S/27.56

02 Maquinas collateras	S/2,700.00	10%	5	S/270.00	S/243.00	S/218.70	S/196.83	S/177.15
02 Maquinas remalladoras	S/3,500.00	10%	5	S/350.00	S/315.00	S/283.50	S/255.15	S/229.64
01 Maquina botonera	S/1,000.00	10%	5	S/100.00	S/90.00	S/81.00	S/72.90	S/65.61
03 Computadoras	S/6,000.00	25%	4	S/1,500.00	S/1,125.00	S/843.75	S/632.81	
01 Impresora Laser	S/600.00	25%	4	S/150.00	S/112.50	S/84.38	S/63.28	
02 Estantes Metálicos	S/340.00	10%	5	S/34.00	S/30.60	S/27.54	S/24.79	S/22.31
03 Mesas de Trabajo para Cortes	S/700.00	10%	5	S/70.00	S/63.00	S/56.70	S/51.03	S/45.93
02 Escritorios	S/900.00	10%	5	S/90.00	S/81.00	S/72.90	S/65.61	S/59.05
03 Sillas de Taller	S/240.00	10%	5	S/24.00	S/21.60	S/19.44	S/17.50	S/15.75
02 Sillas de Oficina	S/250.00	10%	5	S/25.00	S/22.50	S/20.25	S/18.23	S/16.40
02 Ventiladores	S/250.00	10%	5	S/25.00	S/22.50	S/20.25	S/18.23	S/16.40
				S/7,785.00	S/6,367.75	S/5,233.66	S/4,322.97	S/3,066.89

Fuente: Elaboración Propia

5.6 Presupuesto de Costo y gastos

Los costos y gastos involucrados en el proyecto, son todos los que influyen para la confección de las prendas de vestir. Los costos están compuestos por los costos fijos y costos variables así como los gastos de promoción y exportación. A continuación, se detalla nuestros costos y gastos establecidos.

Tabla N°21 Estructura de los Costos Fijos Mensuales

Descripción	U.M.	Cant.	Valor Unitario
Alquiler Local	Mes	1	1,200.00
Luz	Mes	1	150
Agua	Mes	1	120
Arbitrios	Mes	1	60
Materiales de Limpieza	Mes	1	200
Telefonía, Cable e Internet, Contador	Mes	1	960
Sueldos	Mes	1	21,786.92
Útiles de oficina	Mes	1	150
TOTAL COSTOS FIJOS MENSUAL			24,626.92

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°22 Estructura de los Costos Variables Mensuales

Descripción	U.M.	Cant.	Valor Unitario	Monto
Ajuar	Ud	2000	S/16.11	S/35,620
TOTAL COSTOS VARIABLES				

Fuente: Elaboración Propia

Para la determinación de los costos variables mensuales se incurren en materiales directos e indirectos de tal forma que se pueda determinar el costo unitario de las prendas de vestir. A continuación, el siguiente detalle:

Tabla N° 23 Estructura de Materiales directos e indirectos

PRODUCTOS	COSTO	CANT		TOTAL
TELA	S/ 8.25	1	UND	S/ 8.25
HILOS DE REMALLE	S/ 1.70	10	MTS	S/ 1.70
SESGO	S/ 0.06	1	UND	S/ 0.06
LIGA	S/ 0.08	1	UND	S/ 0.08
CAJAS	S/ 3.75	1	UND	S/ 3.75
ETIQUETAS	S/ 0.15	1	UND	S/ 0.15
PAPEL SEDA	S/ 0.60	1	UND	S/ 0.60
MONTO TOTAL				S/ 14.59

Materiales indirectos (en soles)

PRODUCTOS	COSTO	CANT	MED	TOTAL
<u>COSTOS DE EXPORTACIÓN</u>				-
COSTO DE TRANSPORTE	S/ 812.5	2000		S/.041
GASTO DE EXPORTACIÓN	S/ 3041	2000		S/1.52
PARIHUELAS	S/ 75	2000		S/.04
EMBALAJE	S/ 150	2000		S/.08
MONTO TOTAL				S/1.52
MONTO TOTAL (MATERIALES DIRECTOS Y INDIRECTOS)				S/16.11
MARGEN DE UTILIDAD				S/16.89
PRECIO A FIJAR:				S/33.00

Fuente: Elaboración Propia

5.7 Punto de Equilibrio

La fórmula para hallar el punto de equilibrio es:

FORMULA:	$\frac{\text{COSTO FIJO}}{(\text{PRECIO VENTA UNITARIO}-\text{COSTO DE VENTA UNITARIO})}$
----------	---

Tabla N°24 Punto de Equilibrio	
COSTO FIJO	S/.24,626.92
PRECIO DE VENTA UNITARIO	S/.33.00
COSTO VARIABLE UNITARIO	S/.16.11
PUNTO DE EQUILIBRIO	S/.1458.12

Fuente: Elaboración Propia

5.8 Presupuesto de Ingresos

Se ha realizado la proyección de ventas de nuestro proyecto en un horizonte de 5 años. Detallamos lo siguiente:

- Se producirá 2000 prendas el primer mes de ventas, y según proyección las ventas tendrán un crecimiento del 10% anual.

Tabla N°25 Presupuesto de Ingresos

Proyección de Ventas Anual del proyecto(unidades)					
En unidades					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ajuar	S/.24,000	S/26,400	S/29,040	S/.31,944	S/,53,138.40
En Soles					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ajuar	S/.792,000	S/.871,200	S/.958,320	S/.1,054,152	S/.1,159,567.20
Monto Totales	S/.792,000	S/. 871,200	S/.958,320	S/.1,054,152	S/.1,159,567.20

Fuente: Elaboración Propia

5.9 Presupuesto de egresos

A continuación, se detalla los egresos:

Tabla N°26 Presupuesto de Egresos mensual y anual 2019-2024

MATERIA PRIMA		MENSUAL	ANUAL
Tela -Algodón Pima (1kg*33 soles) paq 20 kilos	UNIDAD	S/.16,500.00	S/.198,000.00
Hilos de Nylon	UNIDAD	S/.3,400.00	S/.40,800.00
Sesgo	UNIDAD	S/.120.00	S/.1,440.00
Liga	UNIDAD	S/.150.00	S/.1,800.00
Cajas	UNIDAD	S/.7,500.00	S/.90,000.00
Etiquetas	UNIDAD	S/.300.00	S/.3,600.00
Papel seda	UNIDAD	S/.1,200.00	S/.14,400.00
MANO DE OBRA DIRECTA			
Operarios	MES	12 S/.832.50	S/9,990.00 S/119,880.00
MANO DE OBRA INDIRECTA			
Gerente General	MES	S/3,593.00	S/59,021.01
Supervisor de Producción	MES	S/1,736.37	S/26,167.68
Diseñadora	MES	S/1,736.37	S/26,167.68

Asistente de Comercio	MES			S/1,409.37	S/21,239.68
				S/18,465.11	
GASTOS DE FABRICACIÓN					
Servicio Eléctrico	MENSUAL	3	S/.150.00	S/.450.00	S/.1,800.00
Agua potable	MENSUAL	3	S/.120.00	S/.360.00	S/.1,440.00
Mantenimiento de equipos	MENSUAL	3	S/.100.00	S/.300.00	S/.1,200.00
Total					S/252,476.05
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Servicio Telefónico	MENSUAL	3	S/.95.00	S/.285.00	S/.1,140.00
Gasolina	MENSUAL	3	S/.250.00	S/.750.00	S/.3,000.00
3 Celular	MENSUAL	3	S/.95.00	S/.285.00	S/.1,140.00
Utiles de oficina	MENSUAL	3	S/.150.00	S/.450.00	S/.1,800.00
Servicio de Limpieza	MENSUAL	3	S/.500.00	S/.1,500.00	S/.6,000.00
Utiles de Limpieza	MENSUAL	3	S/.200.00	S/.600.00	S/.2,400.00
Alquiler	MENSUAL	3	S/.1,200.00	S/.3,600.00	S/.14,400.00
Pago al Contador	MENSUAL	3	S/.500.00	S/.1,500.00	S/.6,000.00
Total					S/35,880.00
GASTOS DE EXPORTACIÓN					
Flete				S/.812.50	S/9,750.00
Emision de B/L				S/191.75	S/2,301.00
Handling				S/.161.50	S/2,325.60
Seguro				S/.255.17	S/3,674.45

Consolidación,Gastos de Terminal,Manipuleo de ingreso de la mercaderia,Vistos Buenos	S/.1,583	S/.22,795.20
Agenciamiento de aduana	S/.850	S/10,200.00
Total		S/22,251.00
GASTOS DE VENTAS		
Muestras	S/.225.00	S/.2,700.00
Folletos	S/.250.00	S/.3,000.00
	TOTAL	S/264,824.85

Fuente: Elaboración Propia

MATERIA PRIMA	1	2	3	4	5
Tela -Algodón Pima (1kg*33 soles) paq 20 kilos	S/.198,000.00	S/217,800.00	S/239,580.00	S/263,538.00	S/289,891.80
Hilos de Nylon	S/.40,800.00	S/44,880.00	S/49,368.00	S/54,304.80	S/59,735.28
Sesgo	S/.1,440.00	S/1,584.00	S/1,742.40	S/1,916.64	S/2,108.30
Liga	S/.1,800.00	S/1,980.00	S/2,178.00	S/2,395.80	S/2,635.38
Cajas	S/.90,000.00	S/99,000.00	S/108,900.00	S/119,790.00	S/131,769.00
Etiquetas	S/.3,600.00	S/3,960.00	S/4,356.00	S/4,791.60	S/5,270.76
Papel seda	S/.14,400.00	S/15,840.00	S/17,424.00	S/19,166.40	S/21,083.04
MANO DE OBRA DIRECTA					
Operarios	S/119,880.00	S/131,868.00	S/145,054.80	S/159,560.28	S/175,516.31
MANO DE OBRA INDIRECTA					
Gerente General	S/59,021.01	S/64,923.11	S/71,415.42	S/78,556.96	S/86,412.66
Supervisor de Producción	S/26,167.68	S/28,784.45	S/31,662.89	S/34,829.18	S/38,312.10
Diseñadora	S/26,167.68	S/28,784.45	S/31,662.90	S/34,829.18	S/38,312.10
Asistente de Comercio	S/21,239.68	S/23,363.65	S/25,700.01	S/28,270.01	S/31,097.02

Fuente: Elaboración Propia

GASTOS DE FABRICACIÓN					
Servicio Eléctrico	S/.1,800.00	S/1,980.00	S/2,178.00	S/2,395.80	S/2,635.38
Agua potable	S/.1,440.00	S/1,584.00	S/1,742.40	S/1,916.64	S/2,108.30
Mantenimiento de equipos	S/.1,200.00	S/1,320.00	S/1,452.00	S/1,597.20	S/1,756.92

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Servicio Telefónico	S/.1,140.00	S/1,254.00	S/1,379.40	S/1,517.34	S/1,669.07
Gasolina	S/.3,000.00	S/3,300.00	S/3,630.00	S/3,993.00	S/4,392.30
3 Celular	S/.1,140.00	S/1,254.00	S/1,379.40	S/1,517.34	S/1,669.07
Utiles de oficina	S/.1,800.00	S/1,980.00	S/2,178.00	S/2,395.80	S/2,635.38
Servicio de Limpieza	S/.6,000.00	S/6,600.00	S/7,260.00	S/7,986.00	S/8,784.60
Utiles de Limpieza	S/.2,400.00	S/2,640.00	S/2,904.00	S/3,194.40	S/3,513.84
Alquiler	S/.14,400.00	S/15,840.00	S/17,424.00	S/19,166.40	S/21,083.04
Pago al Contador	S/.6,000.00	S/6,600.00	S/7,260.00	S/7,986.00	S/8,784.60
	S/35,880.00	S/39,468.00	S/43,414.80	S/47,756.28	S/52,531.91

GASTOS DE EXPORTACIÓN					
Flete	S/9,750.00	S/12,870.00	S/14,157.00	S/15,572.70	S/17,129.97
Emision de B/L	S/2,301.00	S/2,531.10	S/2,784.21	S/3,062.63	S/3,368.89
Handling	S/2,325.60	S/2,558.16	S/2,813.98	S/3,095.37	S/3,404.91
Seguro	S/3,674.45	S/4,042.23	S/4,446.45	S/4,891.09	S/5,380.20

Consolidación,Gastos de Terminal,Manipuleo de ingreso de la mercaderia,Vistos Buenos	S/.22,795.20	S/25,074.72	S/27,582.19	S/30,340.41	S/33,374.45
Agenciamiento de aduana	S/10,200.00	S/11,220.00	S/12,342.00	S/13,576.20	S/14,933.82
GASTOS DE VENTAS					
Muestras	S/.2,700.00	S/2,970.00	S/3,267.00	S/3,593.70	S/3,953.07
Folletos	S/.3,000.00	S/3,300.00	S/3,630.00	S/3,993.00	S/4,392.30
Total	S/916,363.10	S/1,478,805.52	S/1,626,686.07	S/1,789,354.68	S/1,968,290.14

5.10 Estado de Ganancias y Perdidas

Tabla N° 27 Estado de Ganancias y Perdidas

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS					
	1	2	3	4	5
VENTAS	S/792,000.00	S/871,200.00	S/958,320.00	S/1,054,152.00	S/1,159,567.20
COSTO DE VENTAS	S/605,756.05	S/667,651.66	S/734,416.82	S/807,858.50	S/888,644.35
UTILIDAD BRUTA	S/186,243.95	S/203,548.34	S/223,903.18	S/246,293.50	S/270,922.85
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/35,880.00	S/39,468.00	S/43,414.80	S/47,756.28	S/52,531.91
GASTOS DE VENTAS	S/22,570.00	S/64,566.21	S/71,022.83	S/78,125.11	S/85,937.62
DEPRECIACION	S/7,785.00	S/6,367.75	S/5,233.66	S/4,322.97	S/3,066.89
AMORTIZACION	S/1,260.00	S/1,260.00	S/1,260.00	S/1,260.00	S/1,260.00
UTILIDAD OPERATIVA	S/118,748.95	S/91,886.38	S/102,971.89	S/114,829.14	S/128,126.43
IMPUESTO A LA RENTA	S/35,624.69	S/27,565.91	S/30,891.57	S/34,448.74	S/38,437.93
UTILIDAD NETA	S/83,124.27	S/64,320.47	S/72,080.32	S/80,380.39	S/89,688.50

Fuente: Elaboración Propia

5.11 Evaluación de la Inversión

5.11.1 Evaluación Económica y Financiera

Tabla N° 28 Flujo de caja económico y financiero

	<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
INGRESOS TOTALES		S/792,000.00	S/871,200.00	S/958,320.00	S/1,054,152.00	S/1,159,567.20
EGRESOS						
Inversiones	-S/237,601.62					
Costo de Ventas		-S/605,756.05	-S/667,651.66	-S/734,416.82	-S/807,858.50	-S/888,644.35
Gastos de Administración		-S/35,880.00	-S/39,468.00	-S/43,414.80	-S/47,756.28	-S/52,531.91
Gastos de Ventas		-S/22,570.00	-S/64,566.21	-S/71,022.83	-S/78,125.11	-S/85,937.62
Depreciación		-S/7,785.00	-S/6,367.75	-S/5,233.66	-S/4,322.97	-S/3,066.89
Amortización		-S/1,260.00	-S/1,260.00	-S/1,260.00	-S/1,260.00	-S/1,260.00
Utilidad Antes de Impuesto (UAI)		S/118,748.95	S/91,886.38	S/102,971.89	S/114,829.14	S/128,126.43
Impuesto		S/35,624.69	S/27,565.91	S/30,891.57	S/34,448.74	S/38,437.93
Utilidad Neta (UN)		S/83,124.27	S/64,320.47	S/72,080.32	S/80,380.39	S/89,688.50
(+) Depreciación y Amortización		S/9,045.00	S/7,627.75	S/6,493.66	S/5,582.97	S/4,326.89
Flujo de Caja Económico	-S/237,601.62	S/92,169.27	S/71,948.22	S/78,573.98	S/85,963.37	S/94,015.39
(+) Prestamo	S/71,280.49					
(-) Amortización		-S/12,287.55	-S/15,382.04	-S/19,340.54	-S/24,270.87	
(-) Intereses		-S/14,492.47	-S/11,521.19	-S/7,720.25	-S/2,986.60	
Flujo de Caja Financiero	-S/166,321.13	S/65,389.25	S/45,044.99	S/51,513.19	S/58,705.90	S/94,015.39

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 29 Balance General

Activo Corriente			Pasivo		
Caja y bancos	S/	1,029,601.62	Pasivo Corriente Proveedores	S/	663,887.06
Inventarios	S/	174,511.62	Deuda Corriente del Prestamo		
Total Activo Corriente	S/	1,204,113.24	Total Pasivo Corriente		
Activo No Corriente			Impuesto por pagar	S/	38,152.89
Inversion Fija Tangible	S/	50,490.00	Total Pasivo		
Depreciación		S/7,785.00	Patrimonio Neto		
Amortización	S/	1,260.00	Capital Social	S/	237,601.62
Inversion Fija Intangible	S/	12,600.00	Utilidades del Periodo	S/	365,714.56
Total Activo No Corriente	S/	110,287.89	Utilidades Retenidas	S/	9,045.00
Total Activo			Total Patrimonio Neto		
			Total Pasivo y Patrimonio Neto	S/	1,314,401.13
	S/	1,314,401.13	Activo-(Pasivo+Patrimonio)		

Tabla N°30 Ratios económicos y financieros

FCE	
COK	14.24%
VAN	49,699
TIR	23%

FCF	
WACC	14.72%
VAN	206,555
TIR	24%

Fuente: Elaboración Propia

Con un COK del 14.24% se obtuvo un VANE de S/. 49,699, por ser mayor que 0 el proyecto es aceptable. El VANF obtenido es de S/. 206,555; por ser mayor que 0 el proyecto es aceptable.

Se obtuvo un TIRE de 23% teniendo como base el flujo de caja económico de los próximos 5 años. Como el TIRE supera el COK (14.24%), se acepta el proyecto. El TIRF obtenido es de 24%, para el cual se tuvo como base el Flujo de Caja Financiero de los próximos 5 años. Como el TIRF supera el COK (14.24%), se acepta el proyecto. Al comparar el TIRE y el TIRF observamos que el proyecto ofrece una mayor rentabilidad cuando parte de la inversión es financiada por el banco.

5.12 Balanced Scored

Traducir la visión y la estrategia de la organización en diferentes **objetivos**, es decir podríamos definirlo como aquel modelo de gestión estratégico-operacional que hace posible el desarrollo, la comunicación y la implementación de la estrategia organizativa para poder obtener resultados a corto y medio plazo

Tabla N°31 Balanced Scored

Objetivos	Metas	Indicadores	Iniciativas
Perspectivas financieras: Aumentar los ingresos	Aumento del 10 % en la utilidad neta	Estados financieros	Ingresar a otras parte del Reino Unido
Perspectiva del cliente: Tener un promedio alto	Nivel de satisfacción de los clientes	Reclamos	< 1% trimestral
Perspectiva de los procesos internos: Ofrecer diversas opciones de canales de venta	Transferir al menos 30 % de las ventas para los nuevos canales de venta	% de Ventas por canal	Implementar tienda virtual y pagos online.
Perspectiva de aprendizaje y crecimiento: Contar con una fuerza de ventas calificada	Capacitar a 100 % del equipo de ventas	Número de certificados adquiridos por el equipo	Desarrollar asociación con una empresa de coaching empresarial.

Fuente: Elaboración Propia

5.13 Matriz EFI

La matriz EFI, que se muestra en la Tabla N°32, alcanzó un puntaje de 2.95 debido a que como fortaleza se tiene liderazgo de fibras naturales (puntaje de 0.80) y por las debilidades el poder de negociación alto de los proveedores (algodoneros) (puntaje de 0.60). Este resultado según la valorización de escalas hace hincapié que la empresa puede invertir sin riesgo alguno.

Tabla N°32 Matriz EFI

Fortalezas	Peso	Valor	Puntaje Ponderado
Liderazgo en fibras naturales	0.20	4	0.80
Personal Calificado	0.10	3	0.30
Costo de producción bajo	0.10	3	0.30
Capital propio al 70%	0.05	2	0.10
Productos con diseños únicos	0.15	3	0.45
Debilidades			
Remuneración al personal baja	0.05	2	0.10
Tecnología moderada	0.15	2	0.30
Poder alto de negociación de los proveedores (algodoneros)	0.20	3	0.60
Total			2.95

Fuente: Elaboración Propia

5.14. Evaluación Social

Sirve para que las empresas exportadoras peruanas de ropa infantil amplíen su mercado y ingresen al mercado de Reino Unido-Londres, así como empresas nuevas que deseen incursionar en este sector para que apuesten por el mercado europeo ya que obtendrán mayor conocimiento (maximizando las oportunidades y fortalezas, y minimizando las debilidades y amenazas). Además, beneficia a los europeos pues negociarán con empresas más capacitadas adquiriendo prendas de vestir de gran calidad y diseños únicos, ya que los peruanos nos caracterizamos por nuestra creatividad e innovación obteniendo así mayor opciones de compra.

Logrando así por un lado aumentar las exportaciones peruanas, lo cual beneficia al Perú para obtener un crecimiento económico. Por último, lograr seguir posicionándonos como País, siendo reconocidos por nuestra competitividad en este sector.

5.15. Análisis de Sensibilidad

A continuación, se realiza un análisis de sensibilidad para poder medir cuan sensible es la evaluación realizada a variaciones en 1 o más parámetros decisorios. Con ello se puede observar los posibles cambios del TIRE y mostrar la holgura del proyecto para adaptarse a distintos escenarios. Las variables críticas son la demanda del proyecto, costo de ventas, el costo administrativo y; por ello el análisis de sensibilidad contemplará variaciones de los puntos antes mencionados. Para cada una de las variables críticas se hará variaciones desde -10% hasta +10% aumentando de 5% en 5%. El análisis es unidimensional, es decir sólo una variable

Tabla N°33 Total de ventas variable anual del proyecto (Ventas)

% de cambio ventas	2018	2019	2020	2021	2022	TIRE
10	S/ 871,200.00	S/958,320.00	S/1,054,152.00	S/ 1,159,567.20	S/1,275,523.92	55.08%
5	S/ 831,600.00	S/914,760.00	S/1,006,236.00	S/ 1,106,859.60	S/1,217,545.56	40%
0	S/ 792,000.00	S/871,200.00	S/ 958,320.00	S/ 1,054,152.00	S/1,159,567.20	23.01%
-5	S/ 752,400.00	S/827,640.00	S/ 910,404.00	S/ 1,001,444.40	S/1,101,588.84	3%
-10	S/ 712,800.00	S/784,080.00	S/ 862,488.00	S/ 948,736.80	S/1,043,610.48	28.72%

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N°34 Costo de venta variable anual del proyecto

% de cambio costo de ventas							TIRE
10	S/666,331.66	S/734,416.83	S/ 807,858.50	S/ 888,644.35	S/ 977,508.79		-11%
5	S636,043.85	S701,034.24	S/ 771,137.66	S/ 848,251.43	S/ 933,076.57		8.01%
0	S/605,756.05	S667,651.66	S/ 734,416.82	S/ 807,858.50	S/ 888,644.35		23.01%
-5	S/575,468.25	S/634,269.08	S/ 697,695.98	S/ 767,465.58	S/ 844,212.13		36.11%
-10	S/545,180.45	S/600,886.49	S/ 660,975.14	S/ 727,072.65	S/ 799,779.92		48.11%

Fuente Elaboración Propia

Tabla N°35 Gastos de Venta variable anual del proyecto

	% de cambio costo de administración						TIRE
10	S/ 24,476.10	S/ 71,011.83	S/ 78,125.11	S/ 85,937.62	S/ 94,531.38	20.70%	
5	S/ 23,363.55	S/ 67,784.02	S/ 74,573.97	S/ 82,031.37	S/ 90,234.50	21.86%	
0	S/ 22,251.00	S/ 64,556.21	S/ 71,022.83	S/ 78,125.11	S/ 85,937.62	23.01%	
-5	S/ 21,138.45	S/ 61,328.40	S/ 67,471.69	S/ 74,218.85	S/ 81,640.74	24.13%	
-10	S/ 20,025.90	S/ 58,100.59	S/ 63,920.55	S/ 70,312.60	S/ 77,343.86	25.24%	

Fuente Elaboración Propia

Resultado:

Se observa que el proyecto es más sensible a la variable demanda (total de ventas) no puede en más de 5% sino se incurre en pérdidas de igual forma como en el costo de ventas.

Conclusiones

- Se fabricarán prendas para bebés de 0-24 meses debido a la tendencia de Europa es muy consciente hacia calidad del producto, con bordados finos y delicados. Siendo algodón pima indudablemente es uno de los mejores algodones del mundo por su finura, resistencia y longitud siendo sus tres características importantes
- Por inicio de actividades se exportará 2000 ajuares en cajas siendo cuatro pallets aproximadamente
- El envase a utilizar es caja de cartón envuelto con papel seda.
- La empresa se constituirá con la forma jurídica SAC y pertenece al Régimen Tributario General.
- El producto se encuentra negociado en el Acuerdo Europeo con la partida arancelaria 6111200000 siendo liberado al 100%.
- El director de Agricultura espera que en el 2018 se siembren 3,000 ha de algodón. Además, agregó, que en tres o cuatro años la situación mejorará y se dispondrá de 10,000 ha para la siembra de este producto bandera.
- Reino Unido está situado en el norte de Europa, tiene una superficie de 243.610 Km², con una población de 65.808.573 personas, es un país muy poblado y tiene una densidad de población de 270 habitantes por Km². Su capital es Londres y su moneda Libras esterlinas
- Reino Unido es el segundo importador mundial de la línea de prendas de bebé de Algodón con el 8% de la participación mundial, y la tendencia apunta a que los consumidores buscan confecciones con materiales suaves, que hayan sido elaborados en procesos amigables con el medioambiente y con alto contenido de diseño.

- Reino Unido se encuentra en el 7 puesto de los 190 que conforman el ranking Doing Business que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios
- Reino Unido igualó a Suecia, con una tasa de natalidad de 11,8 por mil. La tasa de mortalidad fue de 9,1 por mil. El estado, que curiosamente atraviesa su andadura hacia la salida de la UE, sumó el año pasado 774.800 nacimientos y fallecieron 597.200 personas. El movimiento natural de la población fue positivo, ya que la población se incrementó en 177.600 habitantes
- Perú ocupó la décimo novena posición como proveedor mundial y la primera posición con proveedor latinoamericano en el 2016.
- Nuestra estrategia será de penetración y desarrollo de mercado
- Hay una moderada cantidad de proveedores de gran prestigio como Creditex, Textil Piura, Textil Oceano, San Cristobal, Camones, Diseño y Color, Hialpesa y San Jacinto.
- Se logró tener contacto con la empresa, la cual será la principal proveedora de la tela de algodón pima será Diseño y Color S.A.
- Se contará con certificaciones internacionales como Wrap, entre otras para que no existan problemas en el momento de las exportaciones y estas estén catalogadas como producto estrella.
- Los productos de la industria de la vestimenta exportados a Reino Unido deben cumplir con los requisitos de etiquetado establecidos por la Unión Europea. En el caso de productos textiles, las normativas vigentes son el Reglamento N° 1007/201135, relativo a “las denominaciones de las fibras textiles y al etiquetado y marcado de la composición en fibras de los productos textiles”, así como las Regulaciones de Productos Textiles 1986.
- El presente proyecto estará dirigido hacia el sector socioeconómico A y B ya que tienen disponibilidad para la adquisición de productos de alto rango para sus bebés.

- Nuestra segmentación de mercado está conformada por adultos de 25 a 49 años de edad del distrito de Londres–Reino Unido siendo el Mercado Objetivo 46,197 personas, siendo el 2% de participación que se busca capturar como mercado.
- El segmento de ropa para bebé tiene controles de calidad más estrictos que otros segmentos. Los consumidores británicos son fieles a las marcas mejor establecidas en el mercado y valoran el confort, la calidad y la moda más que otras características
- La determinación del precio del producto se determina Costo del producto +Costo del Envío + %Utilidad da un monto de 33 soles.
- Según un informe de CBO, el mercado en Reino Unido esta polarizado, por un lado se reduce el presupuesto familiar medio y se aumenta la compra de ropa de bebés en tiendas minoristas y supermercados de bajo precio, y por otro el mercado de prendas de bebé de lujo crece considerablemente.
- Fueron 17 empresas las que realizaron envíos a Reino Unido en 2016. Dos empresas concentran el 69% de los envíos peruanos
- Respecto al canal de distribución utilizaremos el canal de retail tiendas de diseñador, el cual está dirigido al segmento más alto del mercado o tiendas independientes, con un canal de distribución que va acorde con el nivel de especialización de las prendas que ofrecen en el mercado.
- Nuestra estrategia de promoción sería mediante la participación de Ferias como Bubble Londres, creación de página web, así como búsqueda de clientes potenciales mediante herramientas online.
- En la matriz EFI demuestra se tiene como fortaleza predominante el liderazgo de fibras naturales y como debilidad el poder de negociación alto de los proveedores (algodoneros).
- En la matriz EFE demuestra una fortaleza preponderante es el TLC vigente y la amenaza la baja natalidad y caída de los precios.

- Las empresas que exportan al mercado de Reino Unido actualmente son Manufacturas Americanas Eirl, Industrias Nettalco S.A, Lennys Kids Sac, M N Textiles entre otras.

- Las exportaciones de valor menor a los 6,000EUR no requerirán certificación de origen, y serán acompañados por una declaración emitida por el exportador en la factura

- Con un COK del 14.24% se obtuvo un VANE de S/. 49,699, por ser mayor que 0 el proyecto es aceptable. El VANF obtenido es de S/. 206,555; por ser mayor que 0 el proyecto es aceptable.

- Se obtuvo un TIRE de 23% teniendo como base el flujo de caja económico de los próximos 5 años. Como el TIRE supera el COK (14.24%), se acepta el proyecto. El TIRF obtenido es de 24%, para el cual se tuvo como base el Flujo de Caja Financiero de los próximos 5 años. Como el TIRF supera el COK (14.24%), se acepta el proyecto. Al comparar el TIRE y el TIRF observamos que el proyecto ofrece una mayor rentabilidad cuando parte de la inversión es financiada por el banco

Recomendaciones

- Constante comunicación entre los stakeholders para que el negocio (colaboradores, clientes, proveedores, accionistas y acreedores).
- Crear alianzas estratégicas para lograr la continuidad en el crecimiento de la oferta exportable de la empresa como resultado de la penetración de mercado.
- Participación en la feria Bubble Londres, para encontrar futuros clientes, siendo esta una feria que se celebra en Julio del sector confección infantil, en su mayor parte se trata de empresas que tienen colecciones pequeñas y van a grandes almacenes, boutiques y tiendas independientes.
- Diseñar y ejecutar periódicamente investigaciones de mercado que permitan monitorear los cambios en las preferencias, gustos y necesidades de los clientes, en cuanto al producto y al servicio para que la empresa pueda establecer y desarrollar estrategias de innovación.
 - Buscar el posicionamiento con las diversas herramientas de marketing de administración y mercadeo considerando a la gestión de marketing como motor del posicionamiento de marca.
 - Realizar estudios de mercado y considerar sugerencias o reclamos de los clientes en cuanto a las prendas o al servicio en sí, y solucionar tal suceso de manera eficiente, tomando en cuenta que lo importante es satisfacer sus requerimientos porque un cliente satisfecho atrae a muchos más.

REFERENCIAS

BusinessGoOn (2018) Reino Unido Recuperado de
<https://www.businessgoon.com/tecnologico-uk/>

El diario del exportador (2018) Incoterm Recuperado
https://www.diariodelexportador.com/2015/01/incoterms-el-abc-para-el-exportador-e_28.html

Exporta Fácil(2018)Pasos para constitución.
<http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/iniciarNegocio.htm>

INEI (2010). Clasificación Industrial Internacional Uniforme. Recuperado de
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf

Indecopi (2018) Pasos para Registro de Marca Recuperado
<https://www.indecopi.gob.pe/inicio>

Sunat(2018) Planilla Recuperado de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/informacion-general-planilla-electronica>

Santander (2018) Reino Unido. Recuperado de
<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/francia/politica-y-economia?>

Promperu (2017) Prendas de bebe de algodón de en Reino Unido. Recuperado de
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/105025428radA12BD.pdf>

Promperu(2014) Guía de Mercado del Reino Unido. Recuperado de
http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/394/Guia_mercado_reino_unido_2014_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Promperu(2016) Guía de Mercado Multisectorial Recuperado de
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/1032946766radB4C2E.pdf>

Mincetur. (2009) Envases y Embalajes. Recuperado de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs_taller/Parte_1_Presentacion_Taller_Uso_de_Envases_yEmbalajes_a.pdf

Mincetur (2010) Guía práctica para el Reino Unido Recuperado de https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/guias_cartillas_exportacion/guia-exportacion/pdfs/20_REINO_UNIDO.pdf

Mep (2018) Formas Jurídicas. Recuperado de <https://mep.pe/>

Mincetur (2010) Plan de desarrollo de Mercado de Reino Unido POM UE2 (pp1-135)Perú-Lima

Municipalidad de la Victoria (2018) Procedimiento para obtener la licencia de funcionamiento. Recuperado de <https://www.munilavictoria.gob.pe/gde/procedimiento>

La Republica (2018) Siembra de Algodón Recuperado de <https://larepublica.pe/economia/1136848-direccion-de-agricultura-pide-no-sembrar-algodon-a-comienzos-del-2018-por-plagas>

Ovalle, G. (2016) Exportación de bodys para bebés elaborados en base de algodón orgánico a Bogotá. Recuperado http://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/1733/Ovalle_Velazco_Andrea.pdf?sequence=1

Universidad UNLPAM(2006) Segmentación de Mercado .Recuperado de <http://www.agro.unlpam.edu.ar/licenciatura/mk/concepto.pdf>

ANEXOS COTIZACIONES

Puerto de origen (Perú)	Puerto de destino	US\$ Tarifa promedio de flete por contenedor (*)				Días de tránsito (**)	Frecuencia de salida (**)
		Contenedores			Mercadería Consolidada Tm/m ³		
		20 pies	40 pies	40 pies refrigerado			
Callao	Tilbury (Reino Unido)	2,100	2,800	4,000	70	30	SEMANAL

Destino	Valor por KG/VOL.		
	Mínimo (Hasta 25kg)	- 100kg	+ 100kg
Londres, Reino Unido	\$250,00	\$8,00	\$3,20

RECARGOS DE LA LINEA

- ✓ Fuel Surcharge USD 0.90/Kg.-Vol. Min. USD 35.00
- ✓ Security Surcharge USD 0.10/Kg.-Vol. Min. USD 10.00
- ✓ Uso de Aeropuerto USD 0.05/Kg.-Vol. Min. USD 5.00

Gastos en Perú:

- Handling USD 70.00 + IGV
- Ag. de Aduanas USD 120.00 + IGV
- Recojo USD 70.00 + IGV hasta los 100 Kg.
USD 80.00 + IGV hasta los 300 Kg.
USD 100.00 + IGV hasta los 500 Kg.
USD 120.00 + IGV hasta los 1000 Kg.
USD 140.00 + IGV hasta los 2000 Kg.

PRECIO DEL MERCADO

2018-011414:

Puerto de Embarque / Iigo		7.13. Clase		7.14. Peso Neto Kilos		7.15. Peso Bruto Kilos		7.16. Cantidad Unidad Física		7.17. Cantidad Unidad Equiv./Prod. Unidad		7.18. Item CIP	
		BUL		131.41		140.47		1276 - U					
9 Subpartida Isonal DV		7.20 Tipo		7.21 Subpartida Naladisa/Nabandina DV		7.22 TM		7.23 TPI		7.24 TPN		7.25 Cod. Lib.	
11.20.00.00		/		/		0		0		0		13	
9 FOB Moneda Transacción Iigo		7.30 FOB US\$		7.31 Flete US\$		7.32 Seguro US\$		7.33 Ajuste Valor US\$		7.34 Valor Aduana US\$			
		9921.5		0		0				9,921.5			
1. HUMITA CONVERTIBLE, SET POLO Y SHORT,ENTERIZO,GORRO,BABERO, ENTERIZO CORTO													
2. SET VESTIDO Y CALZON. SET POLO Y PANTALON. VINCHA PARA BEBE EN ALGODON 100%													

2018-007094:

1 IDENTIFICACION	1.1 Importador/Exportador TEJIDOS ORGANICOS S.A.C		REGULARIZADA		
	1.2 Código y Documento de Identificación 4 - 20545354145		1.3 Dirección de Importador/Exportador C.A. A. OLAECHEA 451 URB. ROSEDAL, MIRAFLORES, LIMA, LIMA		1.4 Cod.Ubi.Geo.
3 TRANSPORTE	3.1 Empresa Transporte Código AEROMEXICO (AEROVIAS DE MEXICO S.A. DE C.A.) - AM		3.2 N° Manifiesto 2018 - 3237	3.3 Vía Transporte Código 4 - AEREA	
	3.4 Fecha Termino Desc/Embar 29/01/2018	3.5 Empresa Transporte (T/R) Código -	3.6 Unidad Transporte (T/R)	3.7 Aduana D/S Código	
4 ALMACEN	4.1 Depósito Temporal Código TALMA MENZIES S - 3507		4.2 Depósito A.Autorizado Código -		4.3 Plazo Solicitado 0
	5.1 Entidad Financiera Código -			5.2 Modalidad Código PAGO DIFERIDO - 2	
6 VALOR ADUANA	6.1 Valor Clausula de Venta 32663.8	6.2 Comisión Exterior(Referencial) 0	6.3 Otros Gastos Deducibles 0	6.4 Total Ajustes 460	6.5 Valor Neto de Entrega(FOB) 33123.8
	8.1 Declarante (Tipo - Nro. de documento - Razón Social) RUC 20517078931 - GRUPO PML S.A.C AGENTES DE ADUANAS				
OTROS DATOS DILIGENCIA	Total Peso Neto 389.5		Total Peso Bruto 410.0	Total Bultos 21.0	Total U.Físicas 4650.0
					Total U.Comercial. 4650.0

2018-039349

41 - EXPORTACIÓN DEFINITIVA

Aduana AEREA Y POSTAL EX-LAAC	Código 235	DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A)				2 REGISTRO DE ADUANA
N° Orden 002642	Destinación 41	Modalidad 0	Tipo Despacho NORMAL	N° DUA Prov. 2018-039349	N° Declaración: 039349 Fecha Numeración: 11/05/2018 Sujeto a: NARANJA REGULARIZADA	
1 IDENTIFICACION	1.1 Importador/Exportador MANUFACTURAS AMERICA E I R L					
	1.2 Código y Documento de Identificación 4 - 20100440653		1.3 Dirección de Importador/Exportador AV. LOS CASTILLOS MZA. M LOTE. 4 URB. INDUSTRIAL SAN FRANCIS		1.4 Cod.Ubi.Geo. 150101	
3 TRANSPORTE	3.1 Empresa Transporte Código SOCIETE AIR FRANCE SUCURSAL EN EL PERU - AF		3.2 N° Manifiesto 2018 - 14522	3.3 Vía Transporte Código 4 - AEREA		
	3.4 Fecha Termino Desc/Embar 12/05/2018	3.5 Empresa Transporte (T/R) Código -	3.6 Unidad Transporte (T/R)	3.7 Aduana D/S Código		
4 ALMACEN	4.1 Depósito Temporal Código TALMA MENZIES S - 3507		4.2 Depósito A.Autorizado Código -		4.3 Plazo Solicitado 0	
	5.1 Entidad Financiera Código -			5.2 Modalidad Código PAGO DIFERIDO - 2		
6 VALOR ADUANA	6.1 Valor Clausula de Venta 12273.9	6.2 Comisión Exterior(Referencial) 0	6.3 Otros Gastos Deducibles 0	6.4 Total Ajustes 0	6.5 Valor Neto de Entrega(FOB) 12273.9	
	8.1 Declarante (Tipo - Nro. de documento - Razón Social) RUC 20519238471 - CORPORACION MAREC - AGENCIA DE ADUANA S.A.C.					
OTROS DATOS DILIGENCIA	Total Peso Neto 125.0		Total Peso Bruto 138.0	Total Bultos 10.0	Total U.Físicas 1213.0	
					Total U.Comercial. 1213.0	