



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**EMPRESA COMERCIALIZADORA DE LA VAINA
DE TARA EN LA PROVINCIA DE HUANTA**

PRESENTADO POR

FELIX ANTONIO PIZARRO CARRIZALES

PLAN DE NEGOCIOS

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

LIMA – PERÚ

2018



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

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

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



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

PLAN DE NEGOCIOS

**EMPRESA COMERCIALIZADORA DE LA VAINA DE TARA EN LA
PROVINCIA DE HUANTA**

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

PRESENTADO POR:

FELIX ANTONIO PIZARRO CARRIZALES

LIMA, PERU

2018

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico a:

En primer lugar a Dios y a mi hija ya que ella fue el principal motivo de inspiración para hacer de mí una persona responsable inculcándome valores y principios.

Gracias a todos.

AGRADECIMIENTO

El agradecimiento de este proyecto va dirigido primero a Dios, ya que sin la bendición y su amor todo hubiera sido un fracaso.

También para mis docentes de los cursos, con mucho respeto, que gracias a su conocimiento y su ayuda pude concluir con éxito, a mi hija, que estuvo todos los días pendientes y apoyándome para que nada salga mal y todo este bien elaborado.

F.A.P.C.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS	12
RESUMEN EJECUTIVO	13
1. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	14
1.1. Nombre o Razón social	14
1.2. Actividad Económica codificación internacional (CIU).....	20
1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial	20
1.3.1. Ubicación geográfica	20
1.3.2. Factibilidad Municipal y Sectorial.....	22
1.4. Objetivos de la empresa, principio de la marcha	24
1.4.1. Misión.....	24
1.4.2. Visión.....	24
1.4.3. Valores.....	24
1.4.4. Objetivos Generales	25
1.4.5. Principio contable de empresa en marcha.....	25
1.4.6. Cultura Organizacional.....	26
1.5. Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa - características.....	27
1.6. Estructura Orgánica.....	28
1.7. Cuadro de asignación de personal	30

1.8.	Forma jurídica empresarial	31
	Requisitos:	32
	Beneficios:	33
1.9.	Registro de marca y procedimiento en INDECOPI	33
1.10.	Requisitos y trámites municipales.....	34
1.10.1.	Licencia de Funcionamiento.....	34
1.11.	Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades	35
1.12.	Registro de Planillas Electrónica (PLAME).....	39
1.13.	Régimen Laboral Especial y General Laboral	40
1.14.	Modalidades de Contratos Laborales	42
1.15.	Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas	45
2.	ESTUDIO DE MERCADO.....	48
2.1.	Descripción del entorno del mercado	48
2.2.	Ámbito de acción del negocio.....	65
2.2.3	Mercadotecnia: Posicionamiento de la Marca	67
2.3.	Descripción del bien o del servicio.....	74
2.4.	Estudio de la Demanda	75
2.5	Estudio de la Oferta.....	82
2.6	Determinación de la Demanda Insatisfecha	86
2.7.	Proyecciones y Provisiones para Comercializar	87
2.8	Descripción de la Política Comercial	92

2.9	Cuadro de la Demanda Proyectada para el Negocio.....	94
3.	ESTUDIO TÉCNICO.....	95
3.1.	Tamaño del Negocio, Factores Determinantes	95
3.2	Proceso y tecnología	96
3.2.5	Diagrama de Gantt.....	106
3.3.	Localización del negocio, Factores determinantes	108
4.	ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	111
4.1.	Inversión fija	111
4.1.1.	Inversión Intangible.....	111
4.1.2.	Inversión Tangible	112
4.2.	Capital de Trabajo	113
4.3.	Inversión Total	116
4.4.	Estructura de la Inversión y financiamiento	116
4.5.	Fuentes Financieras	117
4.6.	Condiciones de Crédito	118
5.	ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS	120
5.1.	Presupuestos de los costos y gastos.....	120
5.2.	Punto de equilibrio.....	122
5.3.	Estado de ganancias y perdidas.....	123
5.4.	Presupuesto de ingresos	125
5.5.	Presupuesto de egresos.....	125
5.6.	Flujo de Caja proyectado.....	126

5.7.	Balance general.....	129
6.	EVALUACIÓN ECONÓMICA	130
6.1.	Evaluación Económica, Parámetros de Medición.....	130
6.2.	Evaluación Financiera, Parámetros de Medición.....	131
6.3.	Evaluación Social	131
6.4.	Impacto Ambiental	132
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	134
7.1.	CONCLUSIONES	134
7.2.	RECOMENDACIONES	135
	Bibliografía	136

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Estructura Código CIU 20	20
Tabla 2: Características de la Micro y Pequeña Empresa 27	27
Tabla 3: Asignación de salario de los colaboradores..... 30	30
Tabla 4: Características del Régimen General y Régimen Especial..... 41	41
Tabla 5: Distribución de Hogares según NSE EN Ayacucho– 2016 (Urbano – Rural) 51	51
Tabla 6: Población y Tasa de Crecimiento 2017..... 54	54
Tabla 7: Estructura de Edad Poblacional..... 54	54
Tabla 8: Estructura de Habitantes por Regiones 55	55
Tabla 9: Principales Empresa Exportadora de Tara – 2015..... 56	56
Tabla 10: Principales Empresa Comercializadora de tara en la Región Ayacucho, 2015 57	57
Tabla 11: Producto sustituto 58	58
Tabla 12: Análisis FODA..... 59	59
Tabla 13: Cuadro Distribución de la Producción de Tara en la Región Ayacucho. 61	61
Tabla 14: Producción de Tara en la Región de Ayacucho 63	63
Tabla 15: Exportaciones de la Tara en Polvo por País de Destino en dólares 65	65
Tabla 16: Exportaciones de la Tara en Polvo por País de Destino en dólares 67	67
Tabla 17: Países Importadores de Tara en Polvo a Perú 68	68
Tabla 18: Empresas Comercializadoras de tara – Ayacucho - Huanta 69	69
Tabla 19: Composición Química de la Tara 70	70
Tabla 20: FODA 71	71
Tabla 21: Exportaciones de la Tara en Polvo por País de Destino en dólares 76	76

Tabla 22: Países Importadores de Tara en Polvo a Perú	77
Tabla 23: Países Importadores de Tara en Polvo a Perú	79
Tabla 24: Comportamiento de las Importaciones Totales de Tara.....	80
Tabla 25: Estimación de la demanda de tara en el mercado chino.....	81
Tabla 26: Calculo de Demanda Proyectada a China de Insumo vegetal, Tara en Polvo (t).....	82
Tabla 27: Exportación Mundial a China de Tara en Polvo	82
Tabla 28: Precios de la Competencia	85
Tabla 29: Brecha de Demanda – Oferta de tara (t).....	86
Tabla 30: Demanda In satisfecha	87
Tabla 31: Producción de Tara por Productores y/o Empresas 2015.....	88
Tabla 32: Principales Empresa Comercializadora de tara en la Región Ayacucho, 2015	90
Tabla 33: Evolución de Exportaciones de Tara 2010 - 2015.....	93
Tabla 34: Demanda Insatisfecha – Datos Históricos	94
Tabla 35: Demanda Proyectada para el negocio	94
Tabla 36: Factores determinantes del Tamaño del negocio.	95
Tabla 37: Requerimiento de la producción de la vaina de la tara en el Proyecto - Mercado.....	96
Tabla 38: Proceso de la Vaina de la Tara.....	97
Tabla 39: Requerimiento de producción de tara Proyectada para el negocio..	99
Tabla 40: requerimiento de Materia Prima	100
Tabla 41: Cuadro del Capital de Trabajo	100
Tabla 42: Cuadro de Personal Administrativo	101
Tabla 43: Alquiler de Almacén	101

Tabla 44: Alquiler del Transportes	101
Tabla 45: Equipos de Oficinas	102
Tabla 46: Requerimiento de mano de obra directa e indirecta.....	102
Tabla 47: Requerimientos de materiales o insumos (Vaina de la Tara).....	103
Tabla 48: Áreas de la Planta.....	103
Tabla 49: Descripción del Área de la Planta	104
Tabla 50: Principio relevante Distribución de la Planta	104
Tabla 51: Dimensiones de las áreas de la planta	105
Tabla 52: Cuadro de actividades del negocio de jugos, expresado en horas	107
Tabla 53: Factores determinantes para evaluación de localidades	108
Tabla 54: Resultado del método ponderado	109
Tabla 55: Centros de Acopio Región Ayacucho.....	110
Tabla 56: Inversión intangible.	111
Tabla 57: Inversión tangible	112
Tabla 58: Capital de Trabajo.....	113
Tabla 59: Capital de Trabajo: Insumos Directos e Indirectos.....	114
Tabla 60: Capital de Trabajo: Mano de Obra Directa e Indirecta	114
Tabla 61: Capital de Trabajo: Gastos de Promoción y Venta	114
Tabla 62: Capital de Trabajo: Gastos Administrativos	115
Tabla 63: Inversión total.....	116
Tabla 64: Estructura de Inversión y Financiamiento	117
Tabla 65: Condiciones del financiamiento.....	118
Tabla 66: Servicio de la deuda.....	118
Tabla 67: Presupuesto de Costos y Gastos del Proyecto	120
Tabla 68: Costos de Depreciación	121

Tabla 69: Punto de Equilibrio (cantidades)	123
Tabla 70: Estado de Ganancias y Pérdidas	124
Tabla 71: Presupuesto de ingresos soles	125
Tabla 72: Presupuesto de Egresos (soles)	126
Tabla 73: Flujo de Caja Económico	127
Tabla 74: Flujo de Caja Financiero	128
Tabla 75: Balance General al 30 Agosto 2018.....	129
Tabla 76: Evaluación económica	130
Tabla 77: Cálculo del WACC	130
Tabla 78: Evaluación financiera	131

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Solicitud de reserva de razón social de la empresa.....	15
Figura 2: Licencia de funcionamiento.....	19
Figura 3: Ubicación de la Empresa.....	22
Figura 4: Principio de la Empresa.....	26
Figura 4: Organigrama de la empresa.....	29
Figura 7: PLAME.....	40
Figura 7: Factores Micro Ambientales.....	58
Figura 8: Producción de Tara Ayacucho 2012 -2014.....	62
Figura 9: Producción de Tara Provincia de Huanta.....	63
Figura 10: Producción de Tara en la Región de Ayacucho.....	64
Figura 11: Producción de Tara en la Región de Ayacucho.....	64
Figura 12: Posicionamiento de la Empresas.....	73
Figura 13: Estrategia Posicionamiento.....	74
Figura 14: Mercado Objetivo de las Empresa.....	85
Figura 15: Volumen de producción de tara 2015.....	89
Figura 16: Principales empresas comercializadoras de Tara Región Ayacucho 2015.....	90
Figura 17: Evolución de las Exportaciones.....	93
Figura 18: Diagrama de Operaciones.....	98
Figura 19: Layout de la empresa.....	106

RESUMEN EJECUTIVO

El Plan de Negocios presentado es una oportunidad que se ha evaluado y que se ha demostrado que es viable económica y financieramente. Pues logramos un TIR económico de 29.20% y un TIR financiero de 35.57%, con lo que podemos reafirmar que nuestra investigación y propuesta es rentable y viable.

Debemos indicar que se ha realizado un estudio de mercado sobre el producto que se presentó así como un detallado del proceso de constitución de la empresa contemplado los aspectos legales, tributarios y laborales que ello implica.

Asimismo, se analizó la oferta y demanda del producto determinando una demanda insatisfecha y un nicho de mercado que nos proponemos cubrir, con lo que se puede cubrir los costos y generar una rentabilidad al final del período.

El acopio y comercialización de tara es un negocio muy interesante y demostradamente rentable, toda vez que está en auge su demanda sobre todo por los confeccionistas de artículos de cuero (casacas, carteras, bolsos, monederos, correas, etc.) y específicamente aquellos que producen a gran escala y los exportan como China; utilizan la tara para darle tratamiento a la curtiembre que compran, es imprescindible el uso de este producto.

1. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

1.1. Nombre o Razón social

La elección de la razón social de una empresa es una obligación con el fin de dar credibilidad a nuestra empresa y mantenerla legal.

El nombre de la empresa es "**MILAGROS EIRL**", es el nombre legal que ésta utiliza para distinguirse de otras, requisito fundamental para que la empresa adquiera plena capacidad jurídica y constituirse legalmente, asimismo podemos distinguir entre las formalidades legales y las obligaciones tributarias, cuya finalidad es asegurar que la empresa cumple con sus obligaciones económicas con el Estado.

Razón Social: **MILAGROS EIRL.**

RUC: **10062606741**

Es el nombre con el que está constituida la empresa ante Notario Público y registrada en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos de la Propiedad - SUNARP.

El proceso de constitución y puesta en marcha se inicia con la elección de la forma jurídica y la constitución de la sociedad, continúa con los diversos trámites necesarios en cada uno de los organismos competentes y finaliza con el inicio de la actividad

A continuación, se detallaran los pasos a seguir para crear la empresa:

a) **Búsqueda y reserva del nombre en SUNARP**

Este trámite se realiza para comprobar que no existan otras empresas que tengan la misma una razón social o denominación semejante a la nuestra. Primero se realiza la búsqueda de índices en el directorio nacional de personas jurídicas de la SUNARP (Derecho de trámite 5.00 Soles). Una

vez comprobado que no existe otra razón social similar, se presenta la Solicitud de inscripción de título (en el formato de Reserva de Nombre), finalmente, en el transcurso de una semana te hacen entrega de la reserva.

También se puede realizar la reserva del nombre, mediante la página web de la SUNARP, el costo de la reserva es de S/ 20.00 soles y la reserva tiene una vigencia de 30 días, en la cual nadie puede utilizar el nombre en eserva (SUNARP, 2018).

sunarp ANEXO 1: FORMULARIO

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:

Yo, _____ identificado con:
 DNI* CIP CE OTROS _____ N° _____
 en mi calidad de (titular socio abogado notario representante) domiciliado en _____ distrito de _____ Provincia de _____, ante Ud. con el debido respeto me presento y digo:

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA para:
 Constitución Modificación de Estatuto

Podrá indicar hasta 03 nombres y de forma opcional sus correspondientes abreviaturas tratándose de denominaciones.¹
 Sólo se concederá la reserva de un nombre (completo o abreviado) de forma excluyente.

NOMBRE COMPLETO DE LA PERSONA JURÍDICA OBLIGATORIO	NOMBRE ABREVIADO DE LA PERSONA JURÍDICA OPCIONAL
1. _____	1. _____
2. _____	2. _____
3. _____	3. _____

TIPO DE PERSONA JURÍDICA: (Marque una opción)

S.A. ASOCIACIÓN S.R.L. COMITÉ S. CIVIL
 S.A.C. E.I.R.L. COOPERATIVA OSB
 OTROS (precisar el tipo de persona jurídica) _____

NOMBRE (S) Y APELLIDOS DE TODOS LOS INTEGRANTES DE LA PERSONA JURÍDICA EN CONSTITUCIÓN O NOMBRE DE LA PERSONA JURÍDICA CONSTITUIDA EN CASO DE MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS O NOMBRE DE LAS PERSONAS AUTORIZADAS PARA LA FORMALIZACIÓN (letra imprenta):

Lima, _____ de _____ del 20 ____

Firma del Solicitante

¹ También podrá solicitar la reserva de nombre ingresando a la página web www.sunarp.gob.pe, servicios en línea, donde podrá indicar hasta cinco (5) nombres y de forma opcional sus abreviaturas tratándose de denominaciones.

PERU MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS

Figura 1: Solicitud de reserva de razón social de la empresa.

Fuente: (SUNARP, 2018).

b) Elaborar la minuta de constitución

La minuta es el documento privado, elaborado y firmado por un abogado, que contiene el acto o contrato (constitución de la empresa) que debo presentar ante un notario para su elevación a escritura pública.

En este documento se detallan datos personales del titular o socios, así como la actividad económica y capital de la empresa, entre otros datos (SUNARP, 2018).

c) Elaboración de la Escritura Pública

Con la minuta lista, se tramita la elaboración de su ESCRITURA PÚBLICA ante un notario y luego se presenta a SUNARP para su inscripción en el Registro de Personas Jurídicas (Sunarp, 2018a).

d) Inscribirse en el RUC

En las oficinas de SUNAT, en forma presencial se tramita la inscripción del RUC (el Registro único de Contribuyentes). Se elige el régimen tributario que más convenga y se solicita la autorización para impresión de comprobantes de pago (Sunarp, 2018a).

e) Inscribir a los trabajadores en ESSALUD.

Mediante el Programa de Declaración Telemática – PDT o el Formulario N° 402, se registra a la entidad empleadora, luego se afilia a los trabajadores a través del Programa de Declaración Telemática – PDT Formulario Virtual N° 601 Planilla Electrónica, ya que contaremos con más de 4 trabajadores (Sunarp, 2018a).

f) Obtener la Autorización del libro de plantillas

Las personas jurídicas llevan su registro a través de medios electrónicos., presentado mensualmente a través del medio informático desarrollado por la SUNAT “PLANILLA ELECTRÓNICA”, conocido como PLAME.

g) Legalizar los libros contables

De acuerdo al tipo de empresa que se ha constituido, los libros contables pueden ser manuales o computarizados. Estos libros deberán ser legalizados ante un notario o, donde no lo haya, ante un juez de paz letrado del lugar.

h) Tramitar la licencia municipal

La licencia municipal de funcionamiento es la autorización que otorga una municipalidad distrital y/o provincial para el desarrollo de actividades económicas (comerciales, industriales o de prestación de servicios profesionales) en su jurisdicción, ya sea como persona natural o jurídica, entes colectivos, nacionales o extranjeras. En nuestro caso, para formalizar mi empresa, solo tendría que tramitar mi licencia en la Municipalidad de Huanta (Ayacucho), que para nuestro caso es de S/.40.00 (Municipalidad de Huanta, 2018).



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUANTA

FORMULARIO ÚNICO DE TRÁMITE PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DECLARACIÓN JURADA

Nº DE EXP.

Nº CP

I. TIPO DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO QUE SOLICITA (Marcar con una "X")

- | | | | |
|---|--------------------------|---|--------------------------|
| 1. LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO
EX POST <input type="checkbox"/>
EX ANTE <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 4. LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO TEMPORAL <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. DUPLICADO DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 5. LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEFINITIVO <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DE CESIONARIOS <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 6. OTROS <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| LA LICENCIA INCLUYE | | Especificar..... | |
| A. ANUNCIO PUBLICITARIO SIMPLE (adosado a fachada) <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| B. TOLDO <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| C. ANUNCIO PUBLICITARIO LUMINOSO O ILUMINADO <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |

II. DATOS DEL SOLICITANTE

Apellidos y Nombres/Razón Social					Correo Electrónico									
DNI/CE					Teléfono/Celular					Nº RUC				
Av./Calle/Jr./Pasaje					Nº	Int.	Mz.	Lote						

III. REPRESENTANTE LEGAL (en caso de personas jurídicas representadas por un tercero)

Apellidos y Nombres/Razón Social					Correo Electrónico									
DNI/CE					Teléfono/Celular					Nº RUC				
Av./Calle/Jr./Pasaje					Nº	Int.	Mz.	Lote						

IV. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

Nombre Comercial				Area		Horario de Atención		Aforo aprox.		
Tipo de Actividad				Numero de Estand (solo para Lic. Corporativa)						
Comercio <input type="checkbox"/>		Industria <input type="checkbox"/>		Servicio <input type="checkbox"/>		Otro <input type="checkbox"/>				
Av./Calle/Jr./Pasaje				Nº	Mz.	Lote	Referencia.....			
Nº Computadoras				Nº de pisos del establecimiento						

V. ACTIVIDADES ECONOMICAS

Nº	GIRO DE NEGOCIO	CODIGO DE ZONIFICACIÓN	CONDICION DEL LOCAL
1			Propio <input type="checkbox"/>
2			Cedido <input type="checkbox"/>
3			Arrendado <input type="checkbox"/>
4			Contrato Vigente hasta...../...../.....

VI. DATOS DEL PROPIETARIO(Llenar sólo si el local no es propio)

Apellidos y Nombres					DNI/CE		Teléfono/Celular	
Departamento		Provincia	Distrito	Av./Jr./Calle/Pasaje	Nº	AAHH/Urb./Barrio	Mz.	Lote



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUANTA

VII. RECEPCIÓN Y CALIFICACIÓN

Municipalidad Provincial de Huanta
Modulo de Atención-Proveído de Recepción

Nombres y Apellidos:

Nº de Expediente :

Requiere Inspección: SI No

Huanta, / /

Municipalidad Provincial de Huanta
Modulo de Atención-Proveído de Observación

De acuerdo al Art. 125-Ley NE 27444 se otorga el plazo máximo de 02 días hábiles para presentar la siguiente documentación.

..... NE de Expediente:

Fecha / /

Firma del administrado

VIII. DOCUMENTOS PRESENTADOS (Anexos)

1. Declaración Jurada de Condiciones de Seguridad	2. Vigencia de Poder del representante si es persona jurídica
3. Certificado de ITSE de Detalle o Multidisciplinaria según corresponda	4. Copia de Título Profesional en caso de servicios relacionados con Salud
5. Carta Poder con firma legalizada si es persona natural	6. Copia de autorización sectorial de ser el caso conforme al Decreto Supremo N° 006-2013-PCM
7. Certificado de Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones	8. Dibujo del anuncio y/o toldo con sus dimensiones y la indicación de los materiales de su fabricación
9. Fotografía donde se aprecie en entorno urbano y la edificación donde se ubicará el anuncio y/o toldo considerando su posicionamiento a través del dibujo.	10. Otros

IX. CROQUIS DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO Y DETALLE DE ANUNCIO (SIMPLE/LUMINOSO/ILUMINADO) Y/O TOLDO

CROQUIS DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL 	ANUNCIO ADOSADO A FACHADA Y TOLDO Anuncio Simple <input type="checkbox"/> Anuncio Luminoso/Iluminado <input type="checkbox"/> Grafico y/o leyenda Medidas: <input type="text"/> m x <input type="text"/> m = <input type="text"/> m ² TOLDO <ul style="list-style-type: none"> • Altura mínima es de 2.10ml. desde el piso hasta el alero del toldo. • Ancho máxima es de 1.00 ml. • El toldo deberá cubrir el 80% de la vereda.
---	--

X. DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

- Los datos consignados anteriormente y la documentación presentada expresan la verdad.
- Tengo conocimiento que la presente declaración y la documentación presentada está sujeta a verificación posterior de su veracidad y en caso de haber proporcionado información, documentación y/o declaraciones que no respondan a la verdad, se me aplicarán las sanciones administrativas y/o penales correspondientes, REVOCÁNDOSE AUTOMÁTICAMENTE las autorizaciones que se me otorguen como consecuencia de esta solicitud.
- Brindaré las facilidades necesarias para las acciones de fiscalización y control a las autoridades municipales competentes
- De conformidad con el Art. 42° de la Ley N° 27444, todas las declaraciones juradas, los documentos sucedáneos presentados y la información incluida en los escritos y formularios que presenten los administrados para la realización de procedimientos administrativos, se presuman verificados por quien hace uso de ellos, así como de contenido veraz para fines administrativos, salvo prueba en contrario.
- Sobre el local para el cual estoy solicitando Licencia de Funcionamiento ejerzo legítima y pacífica posesión del mismo basado en la condición establecida en el punto V, y por lo tanto, no afecto de derechos de terceros.

Firma del Solicitante, representante legal o apoderado
DNI/CE



Huella Digital

Figura 2: Licencia de funcionamiento
Fuente: (Municipalidad de Huanta, 2018)

1.2. Actividad Económica codificación internacional (CIIU)

La oficina de estadística de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), elaboró la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), que es un sistema de clasificación, mediante una serie de códigos, de todas las actividades económicas, según sus procesos productivos. Con el fin de identificar a nivel internacional cualquier actividad productiva.

De acuerdo a la clasificación CIIU se ubica en la siguiente:

Tabla 1: Estructura Código CIIU

CÓDIGOS	ESTRUCTURA CIIU
Sección A	Agricultura, Ganadería, Selvicultura y Pesca
División 01	Agricultura, Ganadería, Caza y Actividades Conexas.
Grupo 012	Cultivo de Plantas Perennes.
Clase 0128	Cultivo de Especies y de Plantas Aromáticas, Medicinales y Farmacéuticas.

Fuente: (INEI, 2018)

1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

Al ser una empresa nueva, es importante determinar su localización de manera inteligente y estratégica, es por eso que se realizó la selección de ubicación de la siguiente manera:

1.3.1. Ubicación geográfica

Se ubicará geográficamente el distrito de Huanta, Provincia de Ayacucho, Calle San Martín 329.

La ubicación de una empresa es un factor decisivo para el éxito del negocio, en este caso, la empresa MILAGROS EIRL, es una empresa

comercializadora de la Vaina de Tara, la localización de la empresa es una decisión estratégica, en donde va a favorecer la actividad económica presente y futura de la empresa.

La primera decisión que se tiene que tomar para elegir la localización más idónea de un negocio es determinar la población donde se va a ubicar, para lo que es necesario realizar un estudio detallado de algunos factores, entre los que destacan:

La proximidad al mercado de los productores.

Las posibilidades de acceso a las materias primas y cercanía de los productores ya que facilita y reduce los gastos de aprovisionamiento derivados del transporte.

La tasa de desempleo, disponibilidad de mano de obra, así como las posibilidades de subcontratación.

Número de competidores en las cercanías, debido a que, más competidores haya en una zona, más dura será la competencia y más bajos serán los márgenes.



Figura 3: Ubicación de la Empresa.
Fuente: Google Maps.

El local tiene una ubicación muy adecuada, está determinada en la localización concreta de los productores, además, se ha analizado factores relacionados con el propio local.

1.3.2. Factibilidad Municipal y Sectorial

Para poder llevar a cabo el proyecto, en relación a la factibilidad municipal, será necesario obtener la licencia de funcionamiento de la municipalidad de Huanta (Municipalidad de Huanta, 2018). Y para la factibilidad sectorial, obtener los certificados y permisos de DIGESA - Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA, 2018).

Estando definido la ubicación del local y el lugar de la producción, se debe considerar el buen funcionamiento del negocio, lo que significa que es factible, y en una empresa, se debe hacer un análisis que el negocio dará buenos resultados.

Lo que precisa (Municipalidad de Huamanga), de acuerdo a la Ordenanza Municipal N° 058-2016, establece que el pago para adquirir la Licencia Municipal para la persona natural es por la suma de S/. 43.50 soles, asimismo presentando el certificado de Defensa Civil que se realiza un pago por el valor de S/. 143.70 soles y la duración de la Licencia Solicitada demora 04 días.

Cabe mencionar, que de acuerdo a la Ley N° 28976, Ley Marco de **Licencia de Funcionamiento** es la autorización que otorgan las Municipalidades para el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento determinado. Para esta autorización municipal, la **Ley 28976 – Ley Marco de Licencia de Funcionamiento**, ha establecido las siguientes reglas de cumplimiento obligatorio para todas las Municipalidades del país:

El otorgamiento de la Licencia de Funcionamiento se realiza en función a la compatibilidad del giro de la empresa con la zonificación municipal vigente.

Pueden otorgarse Licencias de Funcionamiento que incluyan más de un giro, siempre que éstos sean afines o complementarios entre sí. Las municipalidades definen los giros afines o complementarios entre sí para el ámbito de su circunscripción.

Si se desarrollan actividades en más de un establecimiento, se debe obtener una licencia de funcionamiento para cada uno de ellos.

La licencia de funcionamiento para cesionarios permite la realización de actividades simultáneas y adicionales en un establecimiento que ya cuenta con una licencia de funcionamiento previa.

El otorgamiento de una licencia de funcionamiento no obliga a la realización de la actividad económica en un plazo determinado.

La licencia de funcionamiento tiene vigencia indeterminada.

El cambio de zonificación no es oponible al titular de la licencia de funcionamiento dentro de los primeros 5 años de producido el cambio.

1.4. Objetivos de la empresa, principio de la marcha

1.4.1. Misión

Somos una empresa dedicada a la Comercialización de la Vaina de Tara, aportando con productos de buena calidad y precios dentro del mercado competitivo

1.4.2. Visión

Nos representa el crecimiento de la empresa, transformar la empresa y persona en mejores, asumiendo responsabilidades que contribuyen al desarrollo de la empresa.

1.4.3. Valores

Los valores a practicar los trabajadores de MILAGROS EIRL., son los siguientes:

- Honestidad
- Responsabilidad
- Amabilidad
- Respeto
- Tolerancia
- Trabajo en equipo
- Compromiso.

1.4.4. Objetivos Generales

Unos de los objetivos principales de la empresa , ser uno de los mejores comercializadores de la Vaina de Tara en el departamento de Ayacucho, con proyección Internacional y administrando la empresa con objetivos comunes generando capacidad de respuestas oportuna ante el cambio del entorno, procurando la calidad total a todo nivel; personas, productos y servicios y a la vez incrementar el patrimonio y generar dividendos anuales, para desarrollar y mantener una imagen de un negocio líder en el mercado.

1.4.5. Principio contable de empresa en marcha

El presente plan de negocios se rige bajo el principio contable de empresa en marcha, el cual implica que la empresa MILAGROS EIRL., se compromete a llevar la facturación y contabilidad de una manera ética y transparente, cumplir con las obligaciones tributarias y velar por obtener la rentabilidad esperada; teniendo como principal objetivo la continuidad de la gestión de la empresa.

El principio contable de empresa en marcha refiere a la permanencia en el futuro de una organización, en la medida que continuará con las operaciones centrales del negocio. Es decir, se trata de una empresa funcionando que no va a cerrar, en el corto plazo.

Cuando una empresa no cumpla tal supuesto, deberá revelar este hecho en las notas a los estados financieros, así como las razones por las cuales no se considera un negocio en marcha.



Figura 4: Principio de la Empresa.

Fuente: Elaboración Propia (2018).

1.4.6. Cultura Organizacional

La cultura organizacional es muy importante para la empresa MILAGROS EIRL porque estará integrada por valores, principios y creencias que todos los colaboradores tendrán en común.

La cultura organizacional de la empresa estará conformada por las siguientes políticas:

- Compromiso y responsabilidad en cada tarea que realicen los colaboradores.
- Servicio de excelencia.
- Relación y asociación con el medio ambiente donde nos desarrollaremos.
- Cuidado y respeto con el medio ambiente.
- Calidad de nuestros productos ofrecidos a nuestros clientes para satisfacer sus necesidades.

1.5. Ley de MYPE, Micro y Pequeña empresa - características

En el Perú las Mype están reguladas bajo la Ley 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, el Decreto Legislativo No. 1086, Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Docente, el Texto Único Ordenado a la Ley No. 1086, aprobada por Decreto Supremo No. 007-2008-TR y la Ley No. 30056 que es la modificatoria a la Ley 28015. (García, Castillo, Carranza, & Masco, 2008)

En la tabla 2, se detallan las principales características de micro y pequeña empresa:

Tabla 2: Características de la Micro y Pequeña Empresa

BENEFICIOS	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
NIVEL ANUAL DE VENTAS	Hasta 150 UIT	Superior a 150 UIT hasta 1700 UIT
REMUNERACIÓN	Como mínimo la RMV	Como mínimo la RMV
VACACIONES	15 días calendario por año completo de servicio	15 días calendario por año completo de servicio
DESCANSO SEMANAL	24 horas	24 horas
CTS	No tiene derecho	1 remuneración
GRATIFICACIONES	No tiene derecho	2 gratificaciones equivalentes a una remuneración
UTILIDADES	No tiene derecho	Si tiene derecho
ES SALUD	9% de la remuneración	9% de la remuneración
AFP	13% de la remuneración	13% de la remuneración
INDEMNIZACIÓN POR DESPIDO TRIBUTARIO	10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicio, con el tope de 90 remuneraciones diarias	20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicio, con el tope de 120 remuneraciones diarias
RÉGIMEN TRIBUTARIO	RER. 1.5% de sus ingresos netos mensuales	Impuesto a la renta 29.5%

Fuente: (SUNAT, RÉGIMEN LABORAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, 2018a). Elaboración: Propia.

MILAGROS EIRL, se registrará en la Remype, como una microempresa, ya que contaremos con solo 4 trabajadores y al ser nuevos en el mercado, las ventas del primer año no superaran las 150 UIT.

Para poder registrarnos en la Remype, debemos seguir los siguientes pasos:

1. Accede a la página Web del Ministerio de trabajo y promoción del Empleo www.mintra.gob.pe.
2. Accede al enlace de Remype con tu número de RUC y clave SOL.
3. Confirmar los datos de la empresa.
4. Ingresa los datos de tus trabajadores y su modalidad contractual.
5. Imprimir la constancia. (Actualidad Empresarial, 2018)

1.6. Estructura Orgánica

MILAGROS EIRL tendrá un organigrama vertical simple, este tipo de organigrama es el más implementado en las organizaciones nuevas, ya que las unidades se despliegan de arriba hacia abajo, y la persona de mayor jerarquía es la que encabeza la estructura, dándole la autoridad de supervisar y controlar de cerca las actividades de los demás departamentos.

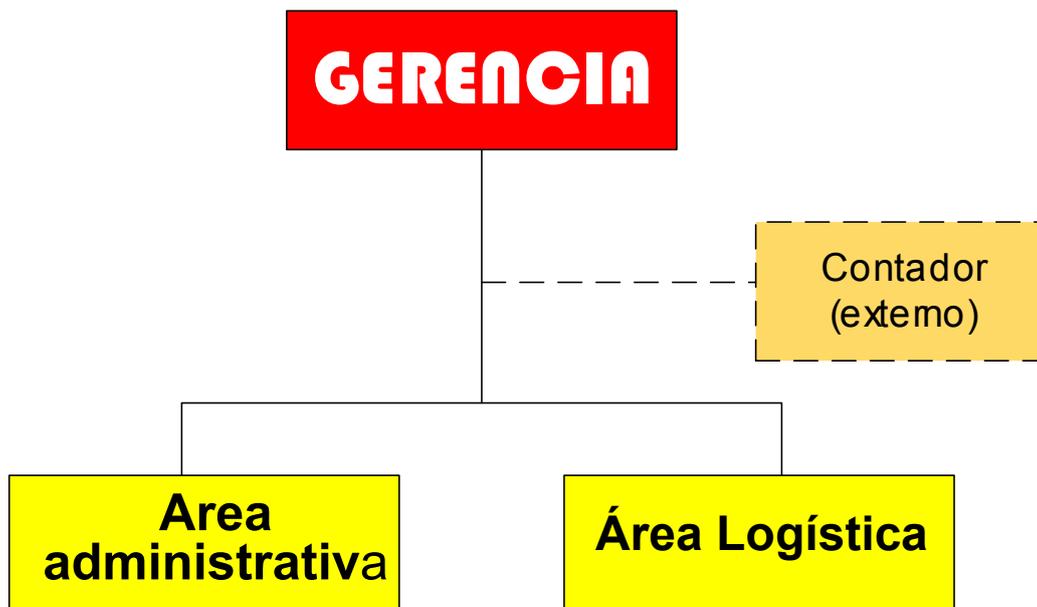


Figura 5: Organigrama de la empresa

Fuente: Elaboración Propia (2018).

1.6.1 Funciones del Personal representada por el organigrama

Estando establecido el organigrama se determinara las funciones que debe realizar cada servicio de manera específica a fin de cumplir con sus responsabilidades.

Con respecto de la empresa MILAGROS E.I.R.L.

GERENTE

- Representa a la empresa, es el encargado de la ejecución en las decisiones y hacer que se cumpla.
- Da cumplimiento a los aspectos legales, administrativos y sociales
- Elabora y Planifica el plan de negocio.

CONTADOR

- Responsable de mantener al día los libros contables y los pagos de tributo de la empresa.
- Efectúa el seguimiento de las compras y ventas de la empresa, realiza las declaraciones mensuales (Servicio Tercero).

EI ADMINISTRADOR

- Es el encargado de la parte financiera, los planes de la administración de los sueldos y salarios y verificación del personal.
- Verifica las cuentas por pagar y de compras.
- Elabora las planillas de pagos.
- Es el área de supervisión y control del personal.

ÁREA DE LOGÍSTICA

- Es área que se encarga del control de los productos.
- Supervisa los procesos logísticos.
- Responsable de la planificación de la empresa.
- Verifica los productos en almacén.(Servicio Tercero)

1.7. Cuadro de asignación de personal

En la presente estructura de puestos, de la empresa MILAGROS E.I.R.L., está basada en la distribución de sueldos y beneficios que la empresa tiene para su personal, y se consideran como criterio válido el que los servicios del contador sean asumidos por terceros.

Tabla 3: Asignación de Sueldo del Personal.

<u>CARGO</u>	<u>Cant.</u>	<u>SUELDO</u>	<u>Pago Anual</u>	<u>Gratific.</u>	<u>Vacaciones</u>	<u>ESSALUD 9%</u>	<u>TOTAL ANUAL</u>
Gerente	1	2,000.00	24,000	0	1,000.00	2,160.00	27,160.00
Administrador	1	1,360.00	16,320	0	680.00	1,469.00	18,468.80
Jefe Logística	1	930.00	11,160	0	465.00	1004.40	12,629.40
Contador	1	250.00	3,000	0	0	0	3,000.00
TOTAL	4	4,540	54,480	0	2,145.00	3,629	61,258.00

Fuente: Elaboración Propia (2018).

1.8. Forma jurídica empresarial

Al iniciar un negocio, se tienen dos caminos a seguir: como persona natural con negocio o bajo la forma de persona jurídica, siendo la indicada mi empresa de forma natural con el nombre de MILAGROS E.I.R.L.

Se requiere realizar una inscripción en Registros Públicos (SUNARP), presentarse a la SUNAT y solicitar tu RUC (Registro Único de Contribuyentes) como Persona Natural con Negocio.

Esta modalidad de empresa está regulada por el D.L N° 21621 “Ley de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada”.

Se tomará esta forma Jurídica porque las creemos que es la más adecuada para el inicio de una Microempresa, ya que siendo pequeña con un Capital limitado y en proceso de crecimiento, será la más conveniente para el Capital con el que contamos (propio y financiado).

Características de la EIRL

Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.): Viene a ser una persona jurídica con derecho privado constituida por la voluntad de un titular. Al ser la responsabilidad de la empresa limitada, esta responde con su propio capital en cuanto a las deudas, quedando libre de responsabilidad el **titular** y su **patrimonio personal**. El capital de la empresa puede ser dinero o bienes como muebles, equipos y maquinaria. Las actividades que competen a esta son únicamente de pequeña empresa. Por lo general, se registran en el Régimen Especial de Renta (RER) pero también pueden registrarse en el Régimen General (RG).

Requisitos:

- Formato de solicitud de inscripción (formulario de distribución gratuita en las oficinas de la Sunarp) debidamente llenado y firmado por el presentante.
- Parte notarial de la escritura pública de constitución de empresa, expedida por el notario público.
- Pago de derechos registrales.
- La Sunarp calificará la inscripción de la EIRL en un plazo no mayor de 24 horas.

Es recomendable realizar previamente la reserva de nombre. Con ello se evitarán observaciones por parte del registrador, así como gastos adicionales si se confirmase que el nombre ya está registrado o concedido a favor de otra persona. La escritura pública de la EIRL deberá contemplar lo siguiente:

- El nombre, nacionalidad, estado civil, nombre del cónyuge (si fuera casado) y domicilio del titular (otorgante).
- La voluntad del titular de constituir la empresa y de efectuar sus aportes.
- Domicilio de la empresa.
- Una denominación que permita individualizarla, seguida de las palabras 'Empresa Individual de Responsabilidad Limitada' o de las siglas 'EIRL', no pudiendo adoptar una denominación igual a la de otra persona jurídica preexistente o un nombre que cuente con reserva de preferencia registral.
- El objeto social debe señalar clara y precisamente los negocios y operaciones que lo constituyen.
- El capital de la empresa lo constituyen los bienes que se aportan y su valorización.

Ojo: Una persona natural puede ser propietaria de una o más EIRL.

Beneficios:

Los beneficios de optar por esta forma de regímenes, es decir, por una **Empresa Individual de Responsabilidad Limitada**, son evidentes: ya no es necesario contar con otra persona o socio para iniciar una actividad mercantil, además de que tiene limitación de responsabilidad del titular, el denominado “**patrimonio de afectación**”, que permite asumir los riesgos inherentes a toda actividad comercial, sin el temor de aventurar, y eventualmente perder, la totalidad del patrimonio como consecuencia del derecho de garantía general de los acreedores. (Portal emprendedor pe, 2018).

1.9. Registro de marca y procedimiento en INDECOPI

La marca de nuestra empresa será MILAGROS EIRL porque está relacionado con la actividad económica que la empresa va brindar a su público objetivo. La razón social y la marca tienen el mismo nombre esto se debe a que va ser más fácil de identificar y posicionar el nombre de la empresa en los clientes finales.

Está dirigido a las personas o empresas que deseen solicitar el registro de marcas de producto y/o servicio, así como a los estudios de abogados que brindan asesoría externa, a fin de que puedan utilizar este servicio para agilizar la atención a sus clientes.

Mi empresa es una empresa de comercialización de la Vaina de Tara.

En relación al procedimiento al registro de marca, se realizará primero 2 actividades importantes: Búsqueda de antecedentes, y clasificación de productos, luego se presenta la solicitud de registro en las oficinas de Indecopi. Los pasos a seguir son los siguientes:

- Búsqueda de Antecedentes: Primero, se realiza una búsqueda fonética, tiene un costo de S/.30.99 y el tiempo de búsqueda es de 30 minutos; y en segundo lugar; Búsqueda figurativa, con un costo de S/.38.46 y el tiempo de búsqueda es de 3 días hábiles (INDECOPI, 2018).
- Luego se presenta una solicitud ante INDECOPI incluyendo los requisitos definidos en la Ficha.
- INDECOPI evaluará los requisitos presentados, para su debida aprobación.
- Se realizará la Publicación una vez cumplidos los requisitos exigidos, y se publicará por única vez en el Diario El Peruano. (INDECOPI, 2018)

1.10. Requisitos y trámites municipales

1.10.1. Licencia de Funcionamiento

Para la obtención de la licencia de funcionamiento en la municipalidad de Huanta, Ayacucho debemos de cumplir los siguientes requisitos:

Requisitos para Iniciar el Proceso

1. Formulario Declaración Jurada debidamente llenado. Gratuito
2. Las personas jurídicas consignarán sus datos de inscripción en Registros Públicos.
3. Copias de Autoevaluó de los cinco últimos años
4. Copia de Autorización de Zonificación y/o categorización de Actividad, de acuerdo al giro (Ley N° 26935), de ser el caso.
5. Copia de formulario 2216 entregado a la SUNAT (RUC)
6. Copia fedateada del título profesional y Constancia de estar habilitado para el ejercicio de la profesión emitido por el respectivo Colegio Profesional.

7. Pago de derecho de Autorización según Categoría, si el establecimiento es un área hasta 100 m² nos corresponde pagar S/.37.30.
8. REQUISITOS ADICIONALES: De ser el caso y según giro solicitado
 - Autorización de sectores: salud Educación, Energía y Minas, Comercio Exterior y Turismo u otros organismos Reguladores.
 - Proyecto de acondicionamiento Acuático: firmado por profesional responsable, en caso de locales de reunión de espectáculos Públicos, sets de grabación, pequeñas Industrias u otros.
 - Certificado de Habitabilidad de inspección Técnica (INDECI).
 - Certificado de Salud.
9. De ser el caso se considerará el art. 39 Según el tipo de ITSDC. Para.
 - Detalle: Según m² construido
 - Multidisciplinaria: Art.11 D.S. 066-2007
 - Evento y/o espectáculo Público: Art.12 D.S. 066-2007 (Municipalidad de Huanta, 2018)

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

Una vez creada la organización es necesario contar con el registro único de contribuyente (RUC), el cual es un número de 11 dígitos que identifica a cada contribuyente, y contiene información de la empresa.

Para el RUC de personas jurídicas es necesario realizar el trámite de manera presencial en las oficinas de SUNAT, con los siguientes requisitos:

- El documento de identidad del representante legal.
- El recibo de algún tipo de servicios o del autoevaluó, para sustentar el domicilio fiscal.

- La partida registral certificada por Registros Públicos, de una antigüedad menor a los 30 días.
- Si declaras establecimiento(s) anexo(s), debes llevar uno de los documentos que sustentan el domicilio del local anexo en original y copia simple. (RPP NOTICIAS, 2015)

Luego se tiene que escoger un régimen tributario, para esto se debe tomar en cuenta las obligaciones formales que se adecuen a la empresa.

Actualmente en el país existen 4 regímenes tributarios, a continuación, se detallarán algunas características de cada uno de ellos:

a) Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)

En este régimen solo pueden acogerse las personas naturales que realicen ventas de mercancías o servicios a consumidores finales.

- Los ingresos mensuales no deben superar los S/ 8,000 soles.
- Deben realizar actividades en un solo establecimiento.
- Tipos de comprobante a emitir: Boletas de Venta, tickets y máquinas registradoras sin derecho al crédito fiscal.
- No es obligatorio contar ni llevar libros de contabilidad.
- No está obligado a presentar declaraciones mensuales y anuales.
- Un único pago mensual según categoría.

b) Régimen Especial Del Impuesto A La Renta (RER)

Este régimen tributario va dirigido a personas naturales, personas jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que obtengan rentas de tercera categoría provenientes de actividades comerciales o industriales y de servicio.

- El monto de sus ingresos netos no debe superar los S/ 525,000 soles anuales.
- El valor de los activos fijos afectados a la actividad con excepción de los predios y vehículos, no debe superar los S/ 126,000 soles.
- No realizar ninguna de las actividades que están prohibidas en el RER.
- Tipos de comprobante a emitir: Facturas, boletas de Venta, tickets emitidos por máquinas registradoras que dan derecho al crédito fiscal y factura Electrónica a través de SUNAT Virtual.
- Sólo se llevan 2 registros contables: registro de compras y registro de ventas.
- El impuesto a la Renta es 1.5% de sus ingresos netos mensuales. El pago de esta cuota mensual es de carácter cancelatorio.
- Se paga el IGV en las ventas, pero se deduce como crédito fiscal el IGV pagado en las compras. (SUNAT, 2016)

c) Régimen General de Impuesto a la renta (RG)

En este régimen pueden acogerse las personas naturales, sucesiones indivisas, asociaciones de hecho de profesionales, personas jurídicas, sociedades irregulares, contratos asociativos que lleven contabilidad independiente.

- Es régimen con un impuesto que grava las utilidades: diferencia entre ingresos y gastos aceptados.
- Es fuente generadora de renta: Capital y Trabajo.
- Se tiene que sustentar sus gastos.
- Se debe realizar pagos a cuenta mensuales por el Impuesto a la Renta.

- Se presenta Declaración Anual.
- Tipos de comprobante a emitir: facturas, boletas de venta, tickets, liquidación de compra, notas de crédito, notas de débito, guías de remisión remitente y guías de remisión transportista
- I.G.V es 18 % del valor de venta, con deducción del crédito fiscal.
- El impuesto a la Renta es 30% sobre la renta neta.
- Hasta 150 UIT de ingresos brutos anuales (sólo se llevan 3 registros contables: registro de compras y registro de ventas y libro Diario de Formato Simplificado). Ingresos brutos anuales mayores a 150 UIT (Contabilidad completa).

d) Régimen MYPE Tributario

Este régimen comprende a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales, las asociaciones de hecho de profesionales y similares que obtengan rentas de tercera categoría, domiciliadas en el país cuyos ingresos netos no superen las 1 700 UIT en el ejercicio gravable.

La SUNAT incorporará de oficio a los contribuyentes que al 31.12.2016 hubieren estado tributando en el Régimen General y cuyos ingresos netos del ejercicio 2016 no superaron las 1700 UIT, salvo que se hayan acogido al Nuevo RUS o Régimen Especial, con la declaración correspondiente al mes de enero del año 2017.

También serán incorporados de oficio aquellos contribuyentes que al 31.12.2016 hubieran estado acogidos al Nuevo RUS en las categorías 3, 4 y 5 o tengan la condición de EIRL acogidas a dicho régimen, siempre que no hayan optado por acogerse en enero del 2017 al NRUS (categorías 1 y 2), Régimen Especial o Régimen General.

Asimismo, de acuerdo a la norma también pueden acogerse de manera voluntaria los contribuyentes que se encuentren en cualquiera de los regímenes ya existentes.

Después de realizar el análisis de los regímenes tributarios, MILAGROS EIRL, se acogerá al Régimen Laboral Especial, por ser una empresa nueva en la sociedad y de acuerdo a los beneficios que este régimen otorga. Es lo más recomendable y que no superen en ingresos netos 1700 UIT del ejercicio gravable, es decir, la cantidad de S/.6'885,000.00 anuales (SUNAT, Regymen Mype Tributario, 2018).

1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

La Planilla Electrónica (PLAME) es un medio informático utilizado por la SUNAT el cual servirá para manejar toda la información referente a los pagos mensuales de los trabajadores y todo lo relacionado a sus actividades dentro del marco laboral como el sobre tiempo, rentas de 4ta categoría y conceptos tributarios en general.

A continuación, los datos para realizar el PLAME:

Apertura de libro de planillas cancelando el 1% de una UIT (4,150 soles).

- Determinación de tipos de contratación: plazo indefinido o determinado, locación de servicios.
- Inscribir a los colaboradores en Seguro Integral de Salud o Es Salud.
- Aporte voluntario u opcional por parte del colaborador.



Figura 6: PLAME

Fuente: Sunat

1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral

El régimen laboral especial fue creado por la Ley N° 28015 que promueve la formalización y desarrollo de las microempresas, facilita el acceso a los derechos laborales y de seguridad social tanto a los trabajadores como a los empleadores. A continuación, se detalla una serie de características de ambos Regímenes:

Tabla 4: Características del Régimen General y Régimen Especial.

RÉGIMEN	RÉGIMEN GENERAL	RÉGIMEN ESPECIAL
REMUNERACIÓN	S/.930.00	S/.930.00
JORNADA-HORARIO	8 horas diaria o 48 horas semanales	8 horas diaria o 48 horas semanales
JORNADA NOCTURNA	RMV + sobretasa 35%. Para remuneraciones mayores a S/.675 no se aplicara la sobretasa	No se aplica si es habitual.
DESCANSO SEMANAL Y FERIADO	24 horas continuas y pago por sobretiempo	24 horas continuas y pago por sobretiempo
VACACIONES	30 días, reducción 15 días por "compra de vacaciones"	15 días, reducción a 7 días.
DESPIDO ARBITRARIO	1 1/2 remuneración por año. Tope 12 remuneraciones y treintavos.	1/2 remuneración por año. Tope 06 remuneraciones. Fracciones se pagan en dozavos.
INDEMNIZACIÓN ESPECIAL	2 remuneraciones por año. Fracciones se pagan por dozavos y treintavos: remuneraciones. Este beneficio solo es para los trabajadores del Régimen General cesados y reemplazados por trabajadores del Régimen Laboral Especial(Ley 28015)	NO HAY
SEGURO SOCIAL	Trabajador es asegurado regular	Trabajador y conductor son asegurados regulares.
PENSIONES	El trabajador decide el sistema pensionario	Trabajador y conductor además deciden si aportan al sistema pensionario.

Fuente: Deperu, 2018

Fuente: Elaboración Propia (2018).

MILAGROS EIRL, se acogerá al régimen laboral especial, ya que se puede contratar personal nuevo o incorporar en la planilla a aquellas personas que se encuentran laborando en la microempresa.

Como Microempresa, las obligaciones que nos corresponde para con nuestros colaboradores son:

- Remuneración Mínima Vital (RMV)
- Jornada de trabajo de 8 horas
- Descanso semanal y en días feriados
- Remuneración por trabajo en sobre tiempo
- Descanso vacacional de 15 días calendarios
- Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)
- Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)

1.14. Modalidades de Contratos Laborales

Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo, plantean una serie de modelos de contrato, dependiendo el sector y modalidad de las empresas.

En MILAGROS EIRL, el tipo de contrato a utilizar será Contrato de trabajo sujeto a modalidad por necesidad de mercado. Se realizarán de manera escrita, serán presentados ante el MINTRA, serán por un plazo fijo, que no debe superar los 5 años.

CONTRATO DE TRABAJO SUJETO A LA MODALIDAD POR NECESIDAD DE MERCADO

Conste por el presente documento, que se suscribe por triplicado con igual tenor y valor, un **CONTRATO DE TRABAJO SUJETO A MODALIDAD POR NECESIDAD DE MERCADO** que bajo el Régimen Laboral Especial de la Microempresa D. Leg. N° 1086, Ley de Promoción de la Competitividad,

Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del acceso al empleo decente y su Reglamento el D.S. N° 008-2008-TR, celebran de una parte..... Identificada con DNI N°, RUC N°, domiciliada en, Distrito, a quien en adelante se le denominara **EL EMPLEADOR**, y de la otra parte, Identificado con DNI N°, domiciliado en, Distrito de, a quien en adelante se le llamará **EL TRABAJADOR** ; bajo los términos y condiciones siguientes:==

PRIMERO.- EL EMPLEADOR es una MYPE, cuya actividad principal es el acopio y comercialización de tara.

SEGUNDO.- EL EMPLEADOR, contrata temporalmente los servicios de **EL TRABAJADOR**, a plazo determinado en calidad de **VENDEDOR** y bajo subordinación a cambio de una remuneración convenida en la cláusula sexta.

TERCERO.- Por el presente contrato **EL TRABAJADOR** se obliga a prestar sus servicios a **EL EMPLEADOR** como Vendedor de la empresa que **EL EMPLEADOR** tiene en su sede social, debiendo someterse al cumplimiento estricto de la labor para lo cual ha sido contratado, bajo las directivas que emanen del empleador.

CUARTO.- EL TRABAJADOR prestará sus servicios a **EL EMPLEADOR** por un plazo de 06 meses, computado desde elde de 201.... hasta elde de 201.....

QUINTO.- EL TRABAJADOR tiene conocimiento que la empresa está acogida al Régimen Laboral Especial de la Microempresa, contemplado en el

D. Leg. N° 1086 y su Reglamento. Por lo que sólo le corresponderán los siguientes beneficios laborales:

- a) Remuneración mínima vital
- b) Jornada de trabajo de 8 horas
- c) Horario de trabajo y trabajo en sobre tiempo
- d) Descanso semanal
- e) Descanso vacacional de 15 días al año
- f) Descanso por días feriados
- g) Despido injustificado equivalente a 10 días de remuneración por año laborado
- h) Seguro social en salud a través del SIS (Seguro Integral de Salud); y,
- i) Régimen pensionario

SIXTO.- EL EMPLEADOR se obliga a pagar a **EL TRABAJADOR**, una remuneración mensual de S/.930.00. Asimismo, se obliga a facilitar los materiales necesarios para que desarrolle sus actividades, y a otorgarle los beneficios que por ley le corresponda.

SÉTIMO.- EL TRABAJADOR deberá prestar sus servicios en el siguiente horario: de 9:00 a.m. a 06:00 p.m. de Lunes a Sábado.

OCTAVO.- EL EMPLEADOR se obliga a inscribir a **EL TRABAJADOR** en el Registro de Trabajadores y Prestadores de Servicios - RTPS, así como a poner en conocimiento a la Autoridad Administrativa de Trabajo el presente contrato.

NOVENO.- EL TRABAJADOR deberá expresar por escrito en el plazo de 10 días su opción de permanecer o pertenecer a algún Régimen Pensionario, es decir, si desea o no que se le efectúen las retenciones.

DECIMO.- En todo lo no previsto por el presente contrato, se estará a las disposiciones laborales que regulan los contratos de trabajo sujetos a modalidad por necesidad de mercado y al Régimen Laboral Especial de la Microempresa contemplado en el D. Leg. N° 1086 y su Reglamento.

DECIMO PRIMERO.- Las partes contratantes, se someten a la jurisdicción de los Jueces y Tribunales de Lima para resolver cualquier controversia que el cumplimiento del presente contrato pudiera originar.

Para mayor conformidad, firman el presente contrato en la ciudad de Lima, a los días del mes de de 201.....

Empleador

Trabajador

1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas

Debido al vasto intercambio comercial de la era actual, en el presente siglo se han establecido modernos parámetros para determinar los modos y bienes materia de contratación. El tradicional contrato de compra-venta ha cedido paso a diversos tipos de contratos ajustados a situaciones cada vez más específicas, lo que ha obligado a los países a contar con un ordenamiento contractual que posibilite un adecuado desarrollo en materia económica y social. En ese contexto, el contrato como instrumento jurídico se modifica continuamente en la medida en que se modifican las formas de la cooperación económica entre los sujetos contratantes. El presente trabajo se relaciona con

el estudio de determinados contratos considerados como comerciales o contratos de empresas, razón por la cual deben ser examinados y/o emitidos a la luz de las normas del Código Civil, Ley General de Sociedades u otras normas jurídicas específicas vigentes en el país. Son ejemplos de este tipo de contratos los contratos de compromiso de venta, los contratos de compra-venta con reserva de propiedad, los contratos para la venta de bienes en consignación, los contratos referidos al aporte social, los contratos de venta de bienes futuros y los contratos de arras confirmatorias y arras de retractación.

Algunos de los contratos que se utilizaran, durante el funcionamiento de la organización son:

- Contratos con proveedores de insumos.
- Contrato de alquiler de oficina.
- Contratos financieros.
- La responsabilidad civil

Es indispensable que toda empresa (y más aún la pequeña) cuente con los mecanismos jurídicos oportunos, que le permitan dentro del marco de la ley, defender sus intereses frente a cualquier eventualidad, es aún más importante para las PYMES, en donde es muy común que una sola transacción desafortunada ponga en riesgo el patrimonio de la compañía así como el propio.

1. Acta constitutiva. El contrato social es el que le da vida a la empresa y es de vital importancia saber bajo que modalidad va a constituir su PYME, dependiendo de la actividad preponderante que desarrollará, los socios que la van a conformar.

- 2. Contrato de arrendamiento.** Si su compañía se establece en el inmueble de un tercero, necesitamos un contrato de arrendamiento de bien inmueble; en primer lugar, porque nos sirve de domicilio para el cumplimiento de nuestros derechos y obligaciones y en segundo lugar (y lo más importante de éste contrato), nos sirve para delimitar los derechos y obligaciones que tenemos como arrendatarios.
- 3. Contrato individual de trabajo.** Asimismo, es indispensable celebrar un contrato individual de trabajo que dé certidumbre jurídica tanto al patrón como al trabajador, que sirve primordialmente para delimitar las condiciones laborales de los trabajadores al servicio del patrón.
- 4. Contrato de compra-venta.** Indudablemente para comercializar los bienes o servicios objeto de nuestra corporación, tenemos que celebrar contratos de compraventa. Este contrato sirve principalmente para delimitar las condiciones en las cuales se van a enajenar nuestros productos.
- 5. Contrato de comisión mercantil.** En el supuesto de requerir de intermediarios es necesario un contrato de comisión mercantil. Este tipo de contrato es fundamental para las PYME, porque nos auxilia en la comercialización de nuestros productos a través de personas calificadas o especializadas en las ventas, sin que tengamos que contratarlos como empleados.
- 6. Contrato de prestación de servicios.** Este tipo de contratos sirve principalmente para contratar servicios de profesionales a un costo menor, sin la necesidad de ingresar a las personas que los provean a nuestra nómina.

7. Contrato de confidencialidad. Asimismo, debido a que la tecnología, los procesos de elaboración y comercialización de bienes representan un activo sumamente importante para las empresas, e incluso en muchas ocasiones representan casi la totalidad de su patrimonio, es indispensable contar con un contrato de confidencialidad que resguarde esos procesos en el supuesto que no se cuente con la marca o patente registrada ante INDECOPI.

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Descripción del entorno del mercado

El desarrollo de la cadena productiva de la tara ha estado vinculado principalmente al desarrollo de organizaciones de productores en una primera instancia y, debido a una buena perspectiva que enfrenta el mercado en los últimos años, se han incorporados productores con mayor visión comercial al mercado.

En el Entorno del Mercado existen dos fuerzas centrales: El macroentorno, son factores que influye indirectamente en el accionar de una empresa y por otro lado tenemos al microentorno, es la fuerza que ejerce influencia directa sobre la organización.

2.1.1. Análisis del macroentorno

Para analizar los factores que afectan al macro entorno, esta compuesto por todos aquellos factores, que agrupa la información del mercado, según lo Político, Económico, Social y Tecnológico.

2.1.1.1. Análisis político.

Los factores políticos que pueden afectar al proyecto, son las medidas macroeconómicas que se tomarán según el plan de gobierno del Presidente Vizcarra (2018): “Lucha contra la corrupción: en el combate contra todas aquellas acciones que estén reñidas con la ley, vengan de donde vengan y cueste lo que cueste; estabilidad institucional: recuperar la gobernabilidad, recuperar la confianza de los peruanos en un marco de respeto de la Constitución; un país estable, con crecimiento ordenado y equitativo: Nuestro horizonte es el de un país estable con crecimiento ordenado y equitativo y tenemos que avanzar en este camino; y mejorar la calidad de vida de los peruanos: el desarrollo del Perú no es otra cosa que la mejora de la calidad de vida de cada uno de los peruanos, para que tengamos un futuro mejor como nación y que nuestros hijos puedan desarrollarse y tener oportunidades” (RPP, 2018)

Por otro lado, las municipalidades tienen autonomía política, administrativa y económica, lo que conlleva a que tengan la capacidad de emitir ordenanzas. La Municipalidad del distrito de Huanta, siguiendo sus propios lineamientos otorga licencias de funcionamiento para diversos locales comerciales, lo cual facilita y permite la puesta en marcha de la empresa.

Dentro de este contexto político, las oportunidades a tener en cuenta son la reforma tributaria, las bajas tasas impositivas, el aliento al consumo; el aumento de la formalidad ofreciendo a las micros, pequeñas y medianas empresas beneficios regulatorios y fiscales.

Dentro de las debilidades, la recaudación del producto bruto interno en un escenario negativo, que podría traer como consecuencia la reducción de la evasión tributaria, la informalización laboral y el aumento de las tasas impositivas.

Un impacto positivo para el Plan de Negocios, es que al contar con un reglamento municipal para la obtención de licencias y las bajas tasas impositivas reducen la informalidad de futuros competidores en el rubro de la empresa.

2.1.1.2. Análisis económico.

Los factores económicos tienen una importancia fundamental, pues determinan el crecimiento de una nación, afectando la capacidad de cualquier negocio para que sea rentable. Son factores económicos que inciden en el resultado del negocio, entre ellas encontramos variables como indicadores macroeconómicos (tasa de interés, inflación, tipo de cambio, etc.), políticas comerciales, acuerdos de libre comercio. En una economía de mercado, el Estado redistribuye el ingreso cobrando impuestos y gastando lo recaudado

El Perú está pasando por un momento de desaceleración económica, debido a la crisis mundial, especialmente la desaceleración de China, haciendo que el comercio mundial se mantenga estancado. Como estima el INEI, “La economía peruana registró un crecimiento de 2,5% durante el 2017, y se trata de la segunda tasa más baja desde el 2011 en el Producto Bruto Interno (PBI), revela el Informe Técnico N° 2 de Producción Nacional del Instituto Nacional de Estadística e Informática

(INEI). La tasa de crecimiento del PBI peruano se encuentra por debajo del 2,7% proyectado por el Ministerio de Economía y Finanzas, y el Fondo Monetario Internacional (FMI) a fines del año pasado. El Banco Mundial tampoco acertó con su proyección de 2,6%, mientras que la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) sí proyectó un crecimiento de 2,5% para el Perú” (Diario La República, 2018).

Según indican Saavedra y Morales (2010), pueden existir otros factores que eleven la inflación temporalmente, como los huaycos, que afectan el abastecimiento de las frutas y demás insumos, elevando los precios. Éstos también pueden subir por mejoras en la calidad o características de los bienes. Es decir, si la calidad de los restaurantes ha mejorado en los últimos años es razonable suponer que los precios por estos servicios también lo harán.

El Perú debe continuar fortaleciendo los vínculos de crecimiento y equidad, fomentando el crecimiento de la demanda interna, para que el ingreso de un nuevo negocio pueda ser exitoso.

Tabla 5: Distribución de Hogares según NSE EN Ayacucho– 2016 (Urbano – Rural)

DEPARTAMENTO	HOGARES y PERSONAS- SOCIOECONÓMICO - Urbano – Rural					Muestras	NIVEL Error (%)
	Totales	AB	C	D	E		
AYACUCHO	100%	2.9	7.3	16.4	73.4	1,137	3.0
	100%	3.4	8.0	17.4	71.2		

FUENTE: APEIM 2017: Data ENAHO

La composición del PBI del departamento Ayacucho muestra la gran importancia de la agricultura, la construcción y los servicios gubernamentales, la minería e industria sólo abarcan el 11% del PBI.

2.1.1.3. Análisis tecnológico.

Es evidente que el surgimiento de los celulares inteligentes, los Smartphone, han ayudado al crecimiento del internet. Según una encuesta IPSOS Apoyo publicada en el RPP (2015), 7 de cada 10 peruanos consideran que el celular es una herramienta vital para su trabajo y vida cotidiana, en especial en el segmento de personas de 15 a 39 años. Hoy en día, es poco común encontrar a alguien que no use la tecnología para comunicarse o entretenerse.

Como indica el Centro Nacional de Planeamiento estratégico (2010), el 72.3% de los peruanos prefieren tener un celular que un teléfono fijo en casa o señal de televisión por cable.

Por este motivo, como oportunidad se debe tener en cuenta que las empresas que quieran sobrevivir en esta era digital tienen que tener presencia en línea, para interactuar con su público. Puede ser a través de una página web o una red social, que es la última tendencia para comunicarse y crear una imagen de marca. Como amenaza se encuentra la insatisfacción del consumidor, la cual se puede masificar rápidamente por el uso de redes sociales.

Las empresas que quieran sobrevivir en esta era digital tienen que tener presencia en línea, para interactuar con su público. Los clientes buscan información en la página de las empresas, y se comunican por redes sociales. En el caso de la empresa es importante que tenga un

portal web en donde indiquen los productos que comercialice y donde pueda comunicarse con sus clientes o hacer ecommerce, esto ahorraría costos y tiempos.

2.1.1.4. Análisis político legal

En este nivel, también interviene, el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi), que tiene a su cargo la responsabilidad de aprobación de las normas técnicas de la tara, y la Sunat, que regula los regímenes de exportación.

Dentro de la política de descentralización, que incluye la transferencia de competencias y capacidades a las regiones para diseñar sus propios planes de desarrollo y estrategias exportadoras, se asigna la principal responsabilidad del desarrollo de la cadena al Gobierno Regional de Ayacucho.

La otra institución estatal de alcance nacional relacionada con la cadena de la tara es el Minag, que está a cargo de la tarea de promoción de la producción y la normatividad de la sanidad y el manejo forestal.

2.1.1.5. Análisis demográfico

El entorno demográfico incluye a la gente, y la gente constituye los mercados, así mismo es importante conocer su población actual, su tasa de crecimiento, promedio de edad de los habitantes, composición de los grupos étnicos, distribución de la población rural y urbana.

La población actual según el Censo del año 2017 el Perú llegó a 31'237,385 habitantes.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), resaltó que la población en el último periodo intercensal ha tenido un crecimiento promedio anual de 1%, lo que demuestra una tendencia decreciente del ritmo de crecimiento poblacional en los últimos años.

Tabla 6: Población y Tasa de Crecimiento 2017

AÑO	POBLACIÓN - 2017	TASA DE CRECIMIENTO (%)
2017	31,237,385	1.%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)

Tabla 7: Estructura de Edad Poblacional

EDADES POBLACIÓN	CRECIMIENTO POBLACIONAL (%)
0 - 14	26.4
15 - 59	61.7
60 a mas	11.9

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)

Según la estructura por edad de la población, al año 2017, el 26,4% de la población tiene de 0 a 14 años; 61,7% la población es de 15 a 59 años de edad, así como los mayores de 60 y más años de edad tienen el 11,9%, resultado que reveló que en el año 2017, la proporción de la población menor de 15 años ha disminuido de 37,0% a 26,4%; mientras que la de adultos mayores (60 y más años de edad) se incrementó de 7,0% a 11,9%; es decir que, por cada 10 menores de 15 años, cinco son mayores de 60 años de edad.

Tabla 8: Estructura de Habitantes por Regiones

REGIONES	HABITANTES	REPRESENTACIÓN (%)	TASA CRECIMIENTO (%)
COSTA	17'370,297	58.0	1.3
SIERRA	8'268,183	28.1	0.6
SELVA	4'760,404	13.9	1.0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)

La mayor parte de la población se concentra en costa, totalizó 17'370,297 habitantes y representaron el 58,0%, siendo su tasa de crecimiento el 1,3%, en la Sierra habitan 8'268,183, y concentran el 28,1% y la tasa promedio anual de crecimiento es del 0,6% de la población y en la Selva 4'760,404 habitantes y representaron el 13,9% su crecimiento es del 1,0 %.

El tipo de propiedad predominante en el territorio es la pequeña parcela campesina. En esta economía campesina la tara se complementa con actividades agrícolas de carácter familiar que comprometen a hombres, mujeres y jóvenes

2.1.1.6. Análisis ecológico.

En el Perú, como lo establece el Compendio de la Legislación Ambiental Peruana elaborado por Ministerio del Ambiente, la Dirección General de Salud Ambiental –DIGESA, se encarga de fiscalizar el cumplimiento inmediato o gradual de las disposiciones de ley y sus normas reglamentarias, a todas las empresas que generan residuos sólidos y que tienen que ver con productos relacionados con la salud.

Se podría generar una amenaza futura si DIGESA otorga las autorizaciones respectivas y es un requisito indispensable para poder exportar, lo cual generaría mayores costos e incremento en los precios.

Como impacto positivo, la responsabilidad social se utilizará como herramientas del Plan de Negocios para ganar buena reputación, fortalecer la marca y minimizar los riesgos de la mala publicidad.

2.1.1.7 Análisis del Sector: Factores Micro Ambientales

De esta forma, la interacción empresa y fuerzas competitivas determinarán el atractivo que el sector tiene para una empresa.

Amenaza de entrada de nuevos competidores potenciales: Una de las amenazas de los competidores potenciales sería las empresas exportadoras privadas, las que lideran las ventas en el mercado de exportación.

Tabla 9: Principales Empresa Exportadora de Tara – 2015

EMPRESAS	(FOB US\$)	VOLUMEN (TM)	PRECIO RELATIVO (US\$/Kg)	Participación (%)
Exandal S.A.	9,904,738	6,932	1.43	30.1%
Silvateam Perú SAC.	9,278,214	6,409	1.45	28.2%
Molinos Asociados SAC.	4,430,665	3,170	1.41	13.6%
Exportadora El Sol SAC.	3,010,060	2,242	1.42	9.1%

Fuente: Sunat

Rivalidad competitiva de los competidores: La rivalidad en una industria usualmente toma la forma cuando las empresas luchan por una posición utilizando diversas tácticas, ejemplo, se toma en cuenta la

demanda insatisfecha del mercado chino, los precios de venta al transformador y exportador varían y la capacidad productiva determina el volumen de producción que no satisface el mercado, se observa en la Tabla 10.

Tabla 10: Principales Empresa Comercializadora de tara en la Región Ayacucho, 2015

EMPRESAS	VOLUMEN PRODUCCION (TM)	Precio Promedio (Kg)
Producto País.	8,000	2.80
Corporación Legusmas SAC.	2,000	2.80
Cooperativa de Servicios Múltiple “Fruto del Ande”	1,000	2.80

Fuente: Elaboración Propia (2018).

Poder de negociación de compradores: De esta forma, el poder de negociación es del comprador, son las empresas exportadoras como las empresas comercializadora de tara en la región de Ayacucho, se muestra en la Tabla 14 respectivamente.

.Poder de negociación de los proveedores: En este caso, la fortaleza son las comunidades campesina de las diferentes localidades del departamento de Ayacucho que produce la vaina de la tara, pueden influir en la industria, ya que, se busca aumentar la demanda y mejoran la diversidad de la vaina de la tara.

Amenazas de los productos o servicios sustitutos: Son considerados estos productos sustitutos todos aquellos extractos de

origen vegetal, que tenga como finalidad el teñido o el curtido. Los principales producto sustituto de la tara en polvo son los siguientes:

Tabla 11: Producto sustituto

Especies	Origen del Producto	Tanino (%)
Quebracho	Argentina - Paraguay	64
Mimosa	Australia	35
Castaño	Francia – Italia - Yugoslavia	55
Madera Encina	Europa	55

Fuente: Elaboración Propia (2018).

La Tabla 11, presenta el porcentaje promedio del tanino, de los principales productos sustituto de la tara en polvo. Esto representa una ventaja para la tara, cuyo consumo es sostenible en el tiempo porque, al obtener sus frutos, las plantas no se dañan.

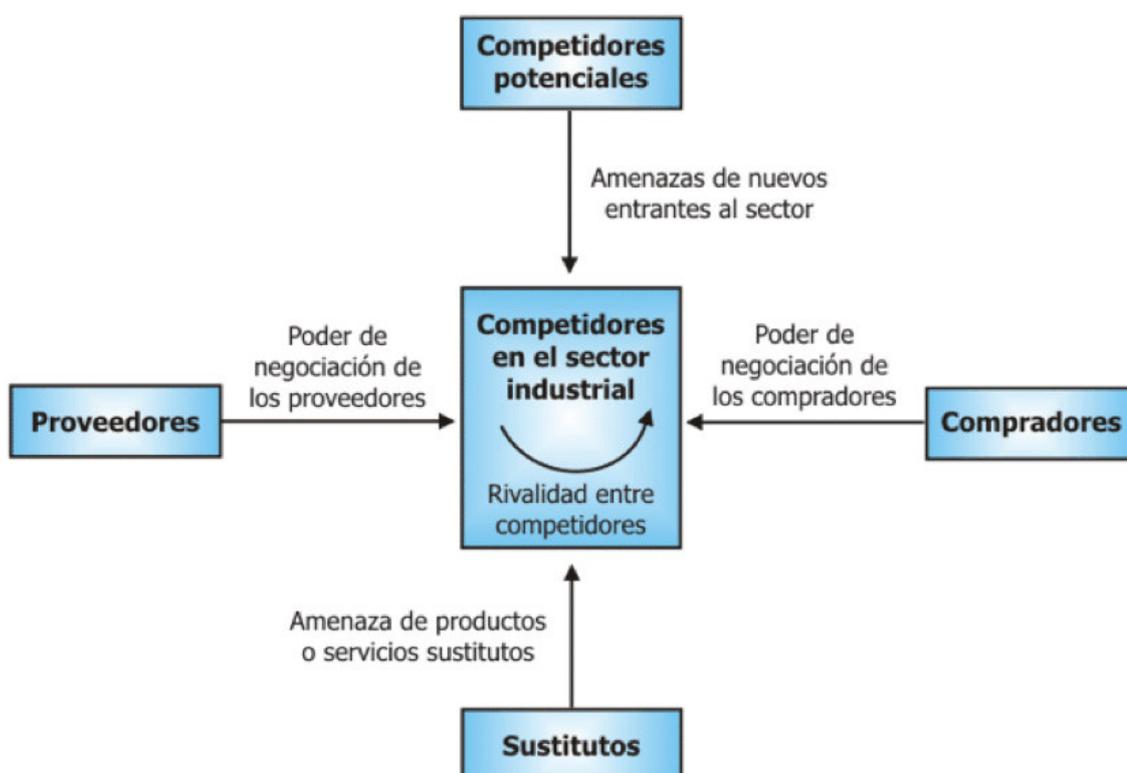


Figura 7: Factores Micro Ambientales

Fuente: Elaboración Propia (2018).

2.1.2. Análisis del micro entorno

2.1.2.1. Análisis FODA de la empresa

Tabla 12: Análisis FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
INTERNO	<ul style="list-style-type: none"> - Notoriedad del producto a nivel nacional e internacional. - Bajos precios, lo que ha permitido ingresar a diversos mercados. - Presencia en otros países por el incremento del nivel de compras del producto. - Buena distribución del producto lo que permite atender a diversos sectores, lo cual genera una mayor producción. - Alta calidad del producto, lo que ha permitido tener presencia nacional e internacional. - Notoriedad del producto a nivel nacional. - Gran oportunidad laboral. 	<ul style="list-style-type: none"> - No tener posicionamiento en los sectores altos, por ser considerado un producto de precios bajos. - Bajos márgenes de ganancia, esto debido a los bajos precios del producto, para poder hacerle frente a la competencia. - Baja campaña publicitaria, esto como consecuencia de la reducción de costos del producto.
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
EXTERNO	<ul style="list-style-type: none"> - El mercado en donde se desenvuelve el producto, está en constante crecimiento, e innovación. - Ingreso a nuevos mercados, dentro del rubro de la vaina 	<ul style="list-style-type: none"> - Ingresos de nuevos productos con precios bajos. - Disminución de la demanda por el fuerte ingreso de productos naturales. - Entrada de nuevos

<p>de la tara, se abre un abanico de oportunidades, lo que permitirá la expansión del producto.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atracción del producto a Clientes potenciales. - Crecimiento rápido del mercado, habiendo necesidad del producto. - Aceptación fácil del producto. 	<p>competidores</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clientes más exigentes en cuanto a calidad. - Incremento de ventas de productos sustituidos
--	--

Fuente: Elaboración Propia (2018).

La matriz MCP o también llamada Matriz de Perfil Competitivo identifica a los principales competidores de la empresa, así como sus fortalezas y debilidades. Para identificar los factores claves de éxito, se realizó un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) de esta manera conocer cuáles son los procesos o características que distinguen nuestro producto y cuáles son los que deben dominar a plenitud para crear la ventaja competitiva.

2.1.3 Participación en el Mercado

Para el sector agroexportador peruano la tara representa uno de los productos importantes de exportación no tradicional del país; concentrando su comercialización en derivados, harina y goma de tara, principalmente. Las grandes bondades de los taninos naturales que se extraen de la tara, las prohibiciones y censuras en el empleo de taninos sintéticos hechos a partir de cromo por sus efectos contaminantes y dañinos para el ser humano en

distintos países importadores; han posibilitado el crecimiento de la exportación de este producto.

El uso del producto es utilizado desde su antigüedad para usos medicinales, curtiembre y tintorería textil logrando obtener colores inalterables a través del tiempo. Su uso se ha diversificado siendo los productos primarios el polvo de tara y la goma de tara y los subproductos como alimentos balanceados, siendo los dos primeros con mayor demanda por su componente **tanino** y constituyéndose en un producto de exportación tradicional.

Tabla 13: Cuadro Distribución de la Producción de Tara en la Región Ayacucho.

Provincia	AÑO		
	2012	2013	2014
HUANTA	3636	3317	2519
HUAMANGA	70	6291	4996
CANGALLO	752	1118	697
LA MAR	547	899	550
LUCANAS	42	38	42
PARINACOCHA	62	49	47
PAUCAR DEL SARA SARA	346	295	307
VICTOR FAJARDO	611	472	396
VILCAS HUAMAN	57	98	103

En la Figura 8. La región por sus condiciones climáticas favorable se constituye en el factor importante para la producción de tara, lo que permite satisfacer la creciente demanda mundial de tara; entre las principales provincias productoras es huamanga con 52%, en los distritos de Ocros, Pacaycasa y Quinua, y Huanta con 26%, en los Distritos de Huanta y Luricocha.

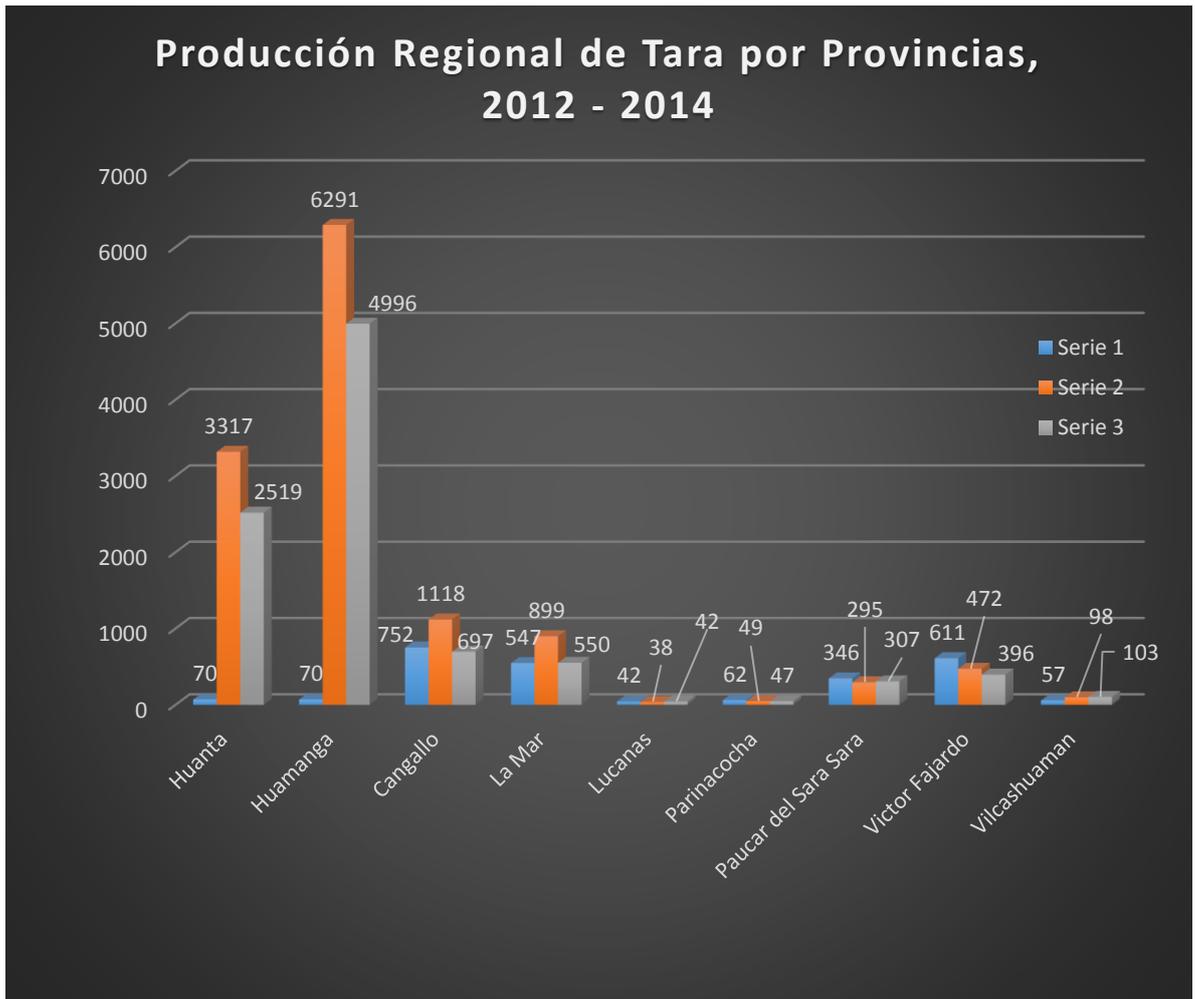


Figura 8: Producción de Tara Ayacucho 2012 -2014

Fuente: Elaboración Propia (2018).

En el figura 9, Se observa la producción de tara en la Provincia de Huanta, durante los años 2012, 2013 y 2014, destacaron los Distritos de Huanta con 2923, 2550 y 1961 Tm, respectivamente, Iguain con 572, 553 y 398 Tm, respectivamente, huamanguilla con 1141, 214 y 160 Tm, respectivamente.

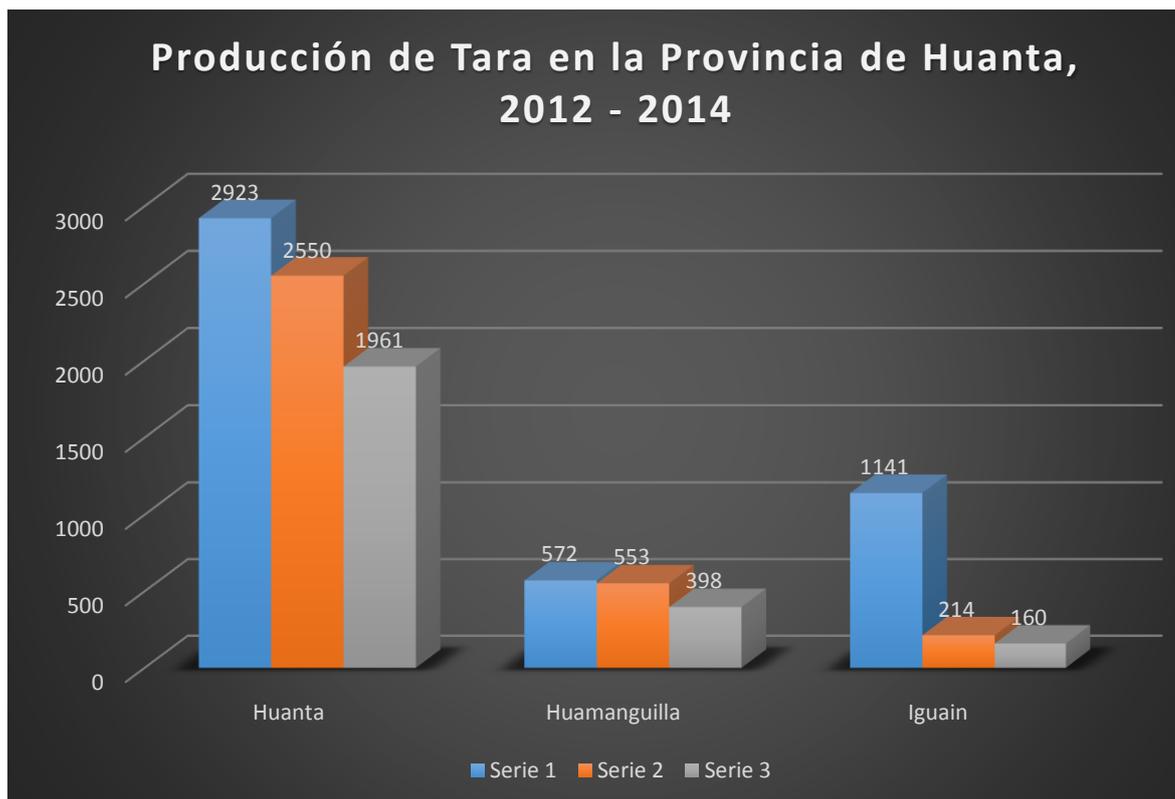


Figura 9: Producción de Tara Provincia de Huanta
Fuente: Elaboración Propia (2018).

2.1.4 Volumen de Producción

Producción de Tara en la Región Ayacucho en Tm, 2014

Tabla 14: Producción de Tara en la Región de Ayacucho

Provincia	Producción (Tm)	%
HUANTA	2519	7.22
HUAMANGA	4996	51.73
CANGALLO	697	26.08
LA MAR	550	5.70
LUCANAS	42	0.43
PARINACOCHA	47	0.49
PAUCAR DEL SARA	307	3.18
SARA		
VICTOR FAJARDO	396	4.10
VILCAS HUAMAN	103	1.07
		100

En la tabla 14, se observa el volumen de producción de tara en la Región de Ayacucho en Tm, al año 2014, destacando la Provincia de Huamanga, seguido de la Provincia de Huanta respectivamente, asimismo como en la Figura N°11, se observa el porcentaje del volumen de la producción de Tara.

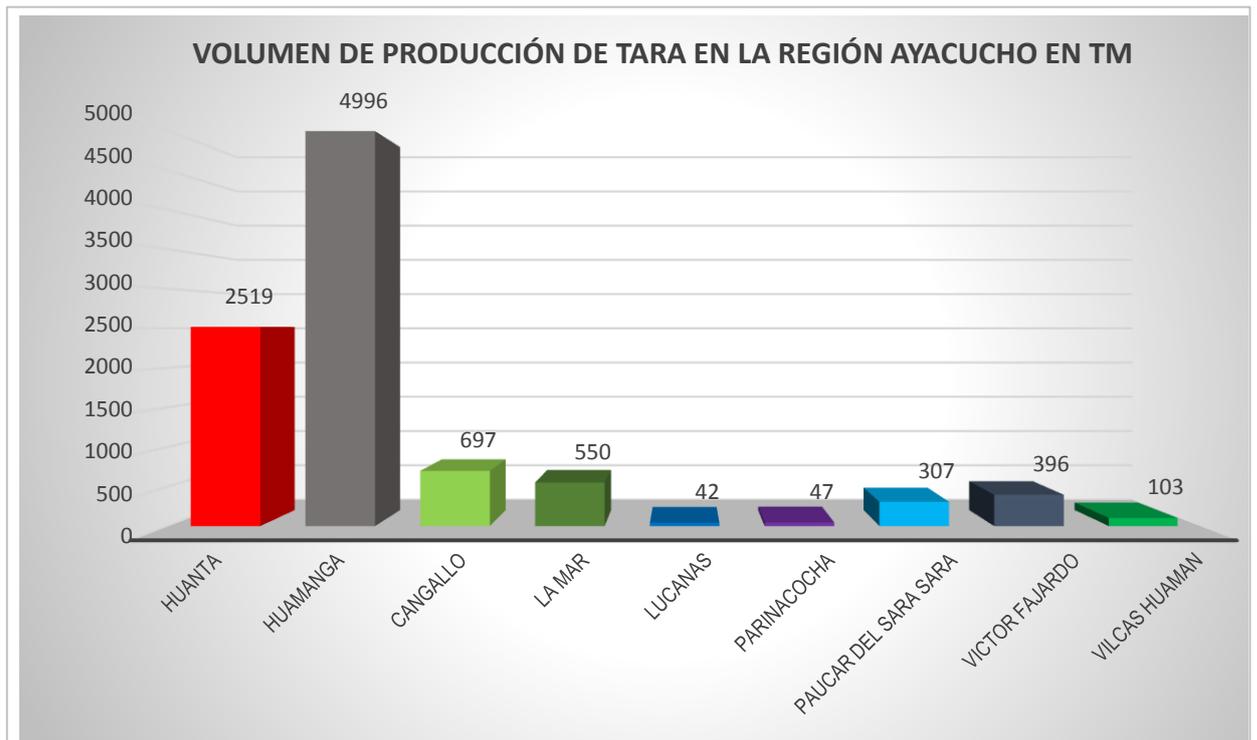


Figura 10: Producción de Tara en la Región de Ayacucho

Fuente: Elaboración Propia (2018).

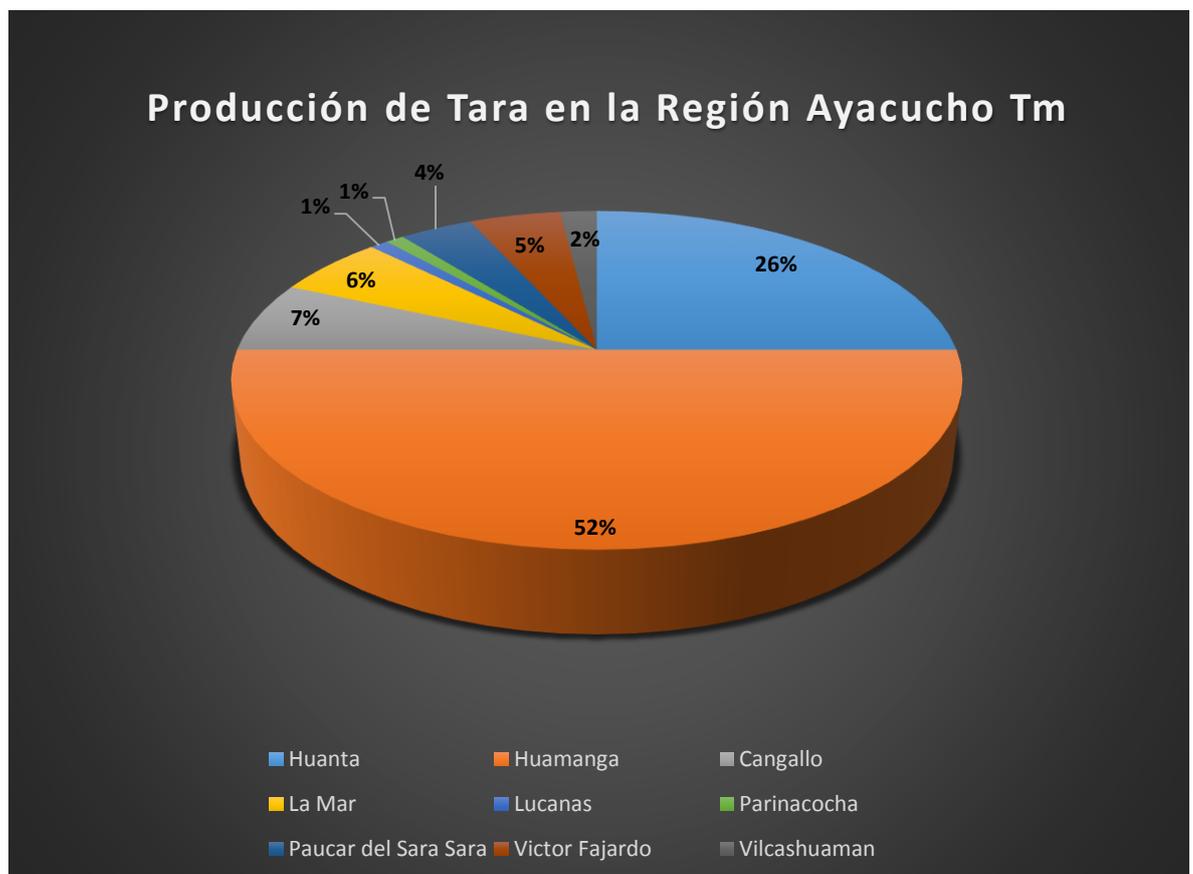


Figura 11: Producción de Tara en la Región de Ayacucho.

Fuente: Elaboración Propia (2018).

2.2 **Ámbito de acción del negocio**

2.2.1 **Determinación del Tamaño del Mercado con TAM, SAM y SOM.**

TAM – Total Addressable Market (Mercado total o direccionable).

Sirve para analizar cómo de grande es la oportunidad de negocio, para calcularlo en mercados conocidos podemos utilizar la suma de la facturación de todos sus competidores o dirigirnos a estudios existentes donde se indique el volumen del mercado. Por ejemplo, en este caso, vamos a usar el mercado de la vaina de tara, ósea que vamos a mostrar una plataforma para vender la vaina de la tara por diferentes medios, nuestro TAM sería el mercado de exportadores de la tara en polvo por país.

Tabla 15: Exportaciones de la Tara en Polvo por País de Destino en dólares

PAIS	US\$ FOB				
	2012	2013	2014	2015	2016
China	10,075,719	9,500,729	7,576,552	10,933,231	13,750,858
Brasil	5,125,287	1,659,747	6,669,265	2,780,226	3,860,224
Italia	2,786,685	4,022,521	4,089,947	4,456,042	3,403,542
Argentina	2,750,815	3,523,899	3,036,030	3,527,444	3,024,420
México	915,650	1,703,970	2,275,290	1,986,515	1,751,175
Otros	5,410,950	9,649,266	9,901,767	8,088,579	7,145,829
Total	27,075,107	30,060,131	31,572,842	31,772,038	32,936,049

Fuente: Sunat, PROMPERU SIICEX

2.2.2 Mercado: Paso para Determinar el Publico Objetivo

2.2.2.1 Perfil demográfico del cliente

Los clientes son segmentados en función de su ubicación geográfica. En este caso la empresa se dedica a la compra de tara, por ejemplo, el mercado objetivo son todos los productores de tara que se encuentran en las cercanías de las zonas de producción

2.2.2.2 Perfil del Cliente Ubicación

La variable **lugar**, en este caso es la provincia de Huanta, es de suma importancia nos va a permitir reducir en gran medida el rango en el que nos vamos a centrar, es decir, nuestro producto está destinado para los planes de comercialización en el ámbito de la provincia.

2.2.2.3 Perfil sociocultural del cliente

Es de importante las variables relacionadas con el entorno sociocultural tales como el nivel económico del clientes, el nivel educativo, los idiomas que hablan, sus costumbres. Por ejemplo, los lugares donde se encuentra la producción de la vaina de tara, los productores son quechua hablante.

2.2.2.4 Perfil Cambio de Conducta del Cliente

Hoy en día es tan importante esta definición, donde se investiga la conducta y el estilo de vida de las personas, llegamos a tener que en ciertos sectores se da el machismo.

2.2.3 Mercadotecnia: Posicionamiento de la Marca

El posicionamiento de la tara, ocupa un lugar en la mente de los compradores, debido a sus grandes atributos por las bondades de los taninos naturales que se extraen, donde han superado todas las expectativas y llevado a los industriales extranjeros a fijar su atención en un mejor beneficio y aprovechamiento de los derivados de la tara. Además, se ha prohibido y censurado el empleo de taninos sintéticos hechos a partir de cromo por sus efectos contaminantes y dañinos para el ser humano; por ejemplo, en los países de Europa, se ha limitado la importación de cueros tratados con cromo y se ha obligado a las empresas dedicadas a la curtiembre a obtener cueros tratados con taninos de origen vegetal, los cuales no tienen efectos contaminantes. Su estrategia está basada en la relación calidad y precio. Se refleja en tabla 16, de las exportaciones realizadas y el primer comprador es el mercado de China.

Tabla 16: Exportaciones de la Tara en Polvo por País de Destino en dólares

PAIS	US\$ FOB				
	2012	2013	2014	2015	2016
China	10,075,719	9,500,729	7,576,552	10,933,231	13,750,858
Brasil	5,125,287	1,659,747	6,669,265	2,780,226	3,860,224
Italia	2,786,685	4,022,521	4,089,947	4,456,042	3,403,542
Argentina	2,750,815	3,523,899	3,036,030	3,527,444	3,024,420
México	915,650	1,703,970	2,275,290	1,986,515	1,751,175
Otros	5,410,950	9,649,266	9,901,767	8,088,579	7,145,829
Total	27,075,107	30,060,131	31,572,842	31,772,038	32,936,049

Fuente: Sunat, PROMPERU SIICEX

2.2.4. Segmento de Mercado

Paso 1:

Para el sector agroexportador peruano, la tara representa uno de los más importantes productos de exportación no tradicional del país; sin embargo, en el presente las empresas exportadoras concentran la comercialización internacional de este producto con sus derivados (polvo y goma de tara), que están aumentando la rentabilidad económica.

Tabla 17: Países Importadores de Tara en Polvo a Perú

PAIS	Tara en TM.					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
China	8,373	5,502	4,492	7,404	9,971	7,601
Brasil	3,972	955	3,800	1,844	2,648	2,891
Italia	2,312	2,238	2,218	2,822	2,377	3,042
Argentina	2,132	1,876	1,741	2,288	2,132	1,932
España	735	951	1,286	1,243	1,218	1,297
Otros	5,354	7,426	6,897	5,163	5,041	5,976

Fuente: Sunat, Elaboración PROMPERU, SIICEX.

La segmentación de Mercados es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en grupos más pequeños, de modo que los miembros de cada uno sean semejantes en los factores que repercuten en la demanda.

Por ejemplo, la mayoría de los vendedores operan entre los extremos de una mezcla de marketing para todos y una para cada cliente. A veces un posicionamiento no funciona para distintos segmentos de mercado.

El Público Objetivo suele ser, por tanto, un segmento de la población seleccionada en función de sus rasgos y con un determinado nivel de homogeneidad.

Por tanto, el público objetivo pueden ser potenciales clientes y/o clientes actuales. Todo dependerá del enfoque de marketing que queramos dar.

Tabla 18: Empresas Comercializadoras de tara – Ayacucho - Huanta

PROVINCIA	Empresas Comercializadoras
Huanta	Cooperativa de Servicios Múltiples Fruto del Ande
	Producto del País S.A.
	Corporación Legusma S.A.C.
	Asociación de Productores Agropecuarios y otros de San José de Cangari-Iguain
	Asociación de Productores Agroecológico de Iribamba
	Asociación de Productores Agropecuarios Corazón de Jesús de IZCUTACOCC
	Asociación Civil Chacra Ecológica Luricocha – Huanta
	Asociación de Jóvenes Emprendedores Agropecuaria y Forestal Sumaq
	Asociación de Productores Agropecuarios 24 de Junio – Las Vega
	Asociación de Productores Agropecuarios de Seccllas
Huamanga	Asociación de Productores Agropecuarios y otros Ñahuinpuquio de Chuschi
	Cooperativa de Servicios Múltiples Fruto del Ande
	Producto del País S.A.
	Corporación Legusma S.A.C.
	Asociación de Productores Agropecuarios San José Glorioso
	Asociación de Productores Agropecuarios de Cuculipunku
	Asociación de Productores Agropecuarios de San Juan de Viñaca
Asociación de Productores Agropecuarios de Tuna, Cochinilla y Otros de Simpa pata	
Cangallo	Asociación de Productores Agropecuario Multiservicios Valle Lucana de Chuschi

Paso 2:

Los Atributos Determinantes; el producto de la tara son vistos como un conjunto de atributos y se debe analizar: La tara posee un inmenso potencial medicinal, alimentario e industrial, tiene una gran utilidad en la obtención de taninos a partir de los hidrocoloides o gomas y ácido gálico, por su alta viscosidad, es usada en la industria alimentaria como espesante y estabilizador en la preparación de sopas, condimentos, mostazas, salsa de tomate, y en la medicina, por sus efectos astringentes, antiinflamatorios, antisépticos, antimicóticos, antibacterianos y antiescorbúticos, para la industria del papel, industria farmacéutica, en la elaboración de productos dietéticos y para diabéticos, sus componentes se refleja en la tabla 19.

Tabla 19: Composición Química de la Tara

Composición	Vaina	Semilla	Goma	Germen	Cascara
Humedad	11.70	12.01	13.76	11.91	10.44
Proteína	7.17	19.62	2.50	40.22	1.98
Ceniza	6.24	3.00	0.53	8.25	3.05
Fibra bruta	5.30	4.00	0.86	1.05	1.05
Extracto Etéreo	2.01	5.20	0.48	12.91	0.97
Carbohidratos	67.58	56.17	81.87	25.66	83.56
Tanino	62.00	-	-	22.67	-
Azucares	-	-	83.20	-	-
Aceites	-	0.02	-	-	-

Fuente: Elaboración Propia (2018).

Paso 3:

Investigar la Competencia; Vigilar la actividad de la competencia es una gran estrategia para hacer crecer un negocio.

Consciencia de la necesidad de mejorar la calidad para su competitividad.

La tendencia de la demanda es pues creciente, lo cual significa que, si se mantiene ese ritmo de crecimiento, el mercado y los precios seguirán mejorando en los siguientes años. Por sus atributos determinantes la tara que posee un inmenso potencial medicinal y alimentario, teniendo una posición en el mercado, donde no están los competidores, así mismo, existe, actualmente una demanda insatisfecha, como se muestra en las tablas.

Paso 4: Analizar muestra de la empresa a través del FODA:

Tabla 20: FODA

FORTALEZA	OPORTUNIDADES
- Condiciones climáticas, pisos ecológicos favorables y áreas con potencial para ampliar la producción.	- Generación de empleo en el campo y fuente de ingresos económicos para las familias productoras
- La instalación de nuevas plantaciones requiere de poca inversión en comparación con otros cultivos.	- Acuerdos internacionales favorables, como la firma del TLC con Estados Unidos, China
- Consciencia de la necesidad de mejorar la calidad para su competitividad.	- Creciente demanda en el mercado internacional para su utilización en la fabricación de diversos productos industriales y como ingrediente alimenticio orgánico.
Demanda de asistencia técnica y capacitación para mejorar su cultivo y manejo silvicultural.	- La cooperación internacional está dispuesta a asesorar iniciativas para fortalecer su producción, transformación y comercialización.

DEBILIDADES	AMENAZA
<p>-- En algunas zonas, el recurso hídrico para regadío es insuficiente para implementar sistemas de riego tecnificado.</p>	<p>- Presencia de plagas y enfermedades como consecuencia del cambio climático, que afectarán negativamente la producción de tara.</p>
<p>- Escasez de recursos económicos en la mayoría de los productores para mejorar la producción.</p>	<p>- Permanente variación de los precios de la tara en el mercado nacional e internacional.</p>
<p>- Los productores desconocen el funcionamiento de la cadena productiva, lo cual limita la competitividad del producto.</p>	<p>- Existencia de otros productos (naturales y sintéticos) que pueden suplir su uso.</p>
<p>- Falta apoyo del Gobierno Central e instituciones privadas para desarrollar el cultivo.</p>	<p>- Posible contaminación del agua, suelos y aire en las zonas productoras de tara.-Cambios en los hábitos socioculturales que afectan la demanda de nuestro producto.</p>

Paso 5: Definir Estrategia de Posicionamiento

La estrategia de posicionamiento es un proceso mediante el cual se desarrolla una estrategia que tiene como objetivo llevar nuestro producto desde su imagen actual a la imagen que deseamos.



Figura 12: Posicionamiento de la Empresas

Fuente: Elaboración Propia (2018).

El tamaño del mercado de la vaina de tara es amplio, y el precio varía con respecto a la calidad del producto.

La **diferenciación**, es un factor importante dentro del posicionamiento, y posicionarse junto a la mayoría no suele ofrecer ninguna ventaja.

En base a la calidad o al precio: el producto basar su estrategia en esta relación de calidad y precio, o centrarse únicamente en uno de los dos aspectos. La diferenciación de distribución es aplicada, debido a que el producto se vende a los exportadores, que son los clientes finales.



Figura 13: Estrategia Posicionamiento

Fuente: Elaboración Propia (2018).

2.2. Descripción del bien o del servicio

Descripción del producto

La tara (*Caesalpinia spinosa*) es una leguminosa silvestre originaria del Perú.

En la Región de Ayacucho se desarrolla en los valles interandinos desde los 1,800 a 3,200msnm. La planta entra en producción a partir del tercer año y su rendimiento varía de 25 a 40 kg de fruto por cosecha (Dos veces al año).

Es uno de los recursos potenciales de nuestra región y Ayacucho es uno de los principales productores en el ámbito nacional, resaltando su calidad por la alta concentración de tanino (60%) y el bajo contenido de humedad.

Especificaciones Técnicas del Producto

NOMBRE CIENTÍFICO ----- *Caesalpinia spinosa* (Mol.) O. Kuntz.

NOMBRE COMÚN ----- "Tara", "taya" (Perú); "divi divi de tierra fría", "guarango", "cuica", "serrano", "tara" (Colombia); "vinillo", "guarango" (Ecuador); "tara" (Bolivia, Chile, Venezuela), "Acacia amarilla", "Dividivi de los Andes" (Europa)

NOMBRE COMÚN ----- Spiny holdback

SINÓNIMOS -----*Caesalpinia tinctoria* (H. B. K) Bentham ex Reiche - *Poinciana spinosa* Molina - *Caesalpinia pectinata* Cavanilles - *Coulteria tinctoria* HBK - *Tara spinosa* (Molina) Britt & Rose - *Caesalpinia stipulata* (Sandwith) J.F.

FAMILIA----- Caesalpinaceae (Leguminosae:

Caesalpinoideae). Árboles y arbustos de hojas alternas simples o compuestas, pinnadas o bipinnadas, estipuladas. Inflorescencias paniculadas, racemosas o en espigas. Flores irregulares, normalmente con 5 sépalos, 5 pétalos unidos en la base y 10 estambres, libres o unidos basalmente. Fruto generalmente en legumbre. Comprende unos 150-180 géneros y más de 2.200 especies pantropicales y subtropicales. Por ejemplo: especies de los géneros Bauhinia, Brownea, Caesalpinia, Cassia, Ceratonia, Delonix, Gleditsia, Gymnocladus, Haematoxylum, Hymenaea, Parkinsonia, Peltophorum, Schizolobium, Schotia y Tamarindus.

LUGAR DE ORIGEN -----Perú.

ETIMOLOGIA ----- Caesalpinia, en honor de Andrea Caesalpini (1524-1603), botánico y filósofo italiano. Spinosa, del latín spinosus-aum, con espinas.

2.4. Estudio de la Demanda

2.4.1 Demanda actual

El mercado que se analizó es el mercado de China, debido a que es el mercado al que más exporta el Perú. La Tara tiene una gran demanda insatisfecha a nivel internacional, más de 99% de la producción se dedica a la exportación de sub productos : TARA EN POLVO cuyo precio promedio FOB, para el año 2014-2015, fue de U\$1,42/k (obtenido de la base de datos del SIICEX), logrando la exportación total ese año de U\$\$ 32 millones de dólares.

Así también se puede denotar que el Perú dedica la mayor cantidad de su exportación hacia China, cual lo refleja la siguiente tabla:

Tabla 21: Exportaciones de la Tara en Polvo por País de Destino en dólares

PAIS	US\$ FOB				
	2012	2013	2014	2015	2016
China	10,075,719	9,500,729	7,576,552	10,933,231	13,750,858
Brasil	5,125,287	1,659,747	6,669,265	2,780,226	3,860,224
Italia	2,786,685	4,022,521	4,089,947	4,456,042	3,403,542
Argentina	2,750,815	3,523,899	3,036,030	3,527,444	3,024,420
México	915,650	1,703,970	2,275,290	1,986,515	1,751,175
Otros	5,410,950	9,649,266	9,901,767	8,088,579	7,145,829
Total	27,075,107	30,060,131	31,572,842	31,772,038	32,936,049

Fuente: Sunat, PROMPERU SIICEX (2018)

En esta tabla se muestra las exportaciones peruanas según principales destinos valor FOB en US\$.

Los mercados más dinámicos fueron: China con un crecimiento de sus importaciones, seguido de Brasil, Italia, y Argentina concentrando el 73% de la oferta exportable de tara.

Con estos resultados, los envíos de tara en polvo registrados en los últimos años, y 2016 las exportaciones del producto se han incrementado.

La demanda de este insumo vegetal, se encuentra ligada al incremento de la producción de cuero, en sus diferentes subsectores, especialmente a la automotriz. Uno de los grandes importadores de este insumo es China, que ha importado de Perú para el 2017 un total de 7,601 Tm. A continuación, se presenta el volumen de exportación dirigido a los diferentes países del mundo:

Tabla 22: Países Importadores de Tara en Polvo a Perú
Tara en TM.

PAIS	2012	2013	2014	2015	2016	2017
China	8,373	5,502	4,492	7,404	9,971	7,601
Brasil	3,972	955	3,800	1,844	2,648	2,891
Italia	2,312	2,238	2,218	2,822	2,377	3,042
Argentina	2,132	1,876	1,741	2,288	2,132	1,932
España	735	951	1,286	1,243	1,218	1,297
Otros	5,354	7,426	6,897	5,163	5,041	5,976

Fuente: Sunat, Elaboración PROMPERU, SIICEX.

2.4.2 Características de la demanda actual

Para el caso de Asociación de tara se toma en consideración solo el mercado de China, debido a que nuestras exportaciones hacia este país es la más importante.

Perfil del Mercado Chino

En el mercado Chino no existen problemas de calidad, conocida, para el polvo de tara.

La calidad del polvo de tara solo depende del contenido de tanino, el cual es importante para el mercado Chino. No se cuenta con restricciones más severas debido a que no es un material para consumo humano, sino es usado como insumo para curtir pieles. A continuación, se presentan los requisitos para ingresar el mercado Chino, según el Tratado de Libre Comercio entre Perú y China.

Niveles máximos de contaminantes: El polvo de tara no puede estar contaminado por sustancias añadidas intencionalmente al producto. Esto es regulado a través de niveles de contaminación tal como lo establece la UE. Los exportadores pueden probar que están cumpliendo con la legislación proporcionando un certificado de análisis, emitido por un laboratorio aprobado.

Safe Quality Food Program – SQF: Es un sistema de gestión y programas de certificación de la calidad y la seguridad diseñada para cumplir con las necesidades de los compradores y los proveedores de todo el mundo.

Normas de origen: Para certificar el origen de los productos acogido a rebajas arancelarias en el marco del TLC Perú – China, se estableció que los criterios para definir origen serán tres:

La mercancía es totalmente obtenida o enteramente producida en el territorio de una o ambas partes (Perú o China).

La mercancía es producida en el territorio de una o ambas partes exclusivamente a partir de materiales originarios, de conformidad con las disposiciones de este Capítulo;

La mercancía es producida en el territorio de una o ambas partes, a partir de materiales no originarios, que cumplan con el cambio de clasificación arancelaria, el valor de contenido regional, requisitos de procesamiento, u otros requisitos especificados en el Anexo 4 del Acuerdo (Reglas Específicas de Origen por Producto).

Con respecto a sus normas: Las normas GB son las normas nacionales chinas. Se dividen en normas obligatorias (GB), normas recomendadas (GB/T) y guías técnicas de normalización nacional (GB/Z). Las normas

obligatorias son las que establecen LMR1 y tolerancias. Las recomendadas fijan métodos, como los procedimientos, especificaciones y formulaciones. Tras estas siglas se añade el número de la norma específica y el año de su última revisión. Con respecto a los aranceles.

En lo que respeta a Perú, contamos con el Tratado de Libre Comercio entre el Perú y China, el que fue suscrito el 28 de abril de 2009 en la ciudad de Beijing – China. Este está vigente desde el 01 de marzo de 2010. Los principales productos peruanos exportados a China están sujetos a una desgravación arancelaria gradual.

Los espárragos frescos ingresan con 0% de arancel desde la entrada en vigencia del presente acuerdo. Actualmente, la tara ingresa con un arancel del 0%.

2.4.3 Concentración de la Demanda según la Tipología del Consumidor

Con respecto a la concentración del mercado, podemos encontrar que el mercado predominante es el internacional y lo concentra China en su mayoría, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 23: Países Importadores de Tara en Polvo a Perú

PAIS	US\$ FOB					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
China	8,373	5,502	4,492	7,404	9,971	7,601

Fuente: Sunat, Elaboración PROMPERU, SIICEX. (2018)

2.4.4 Índices básicos y factores que explican el comportamiento de la demanda

El comportamiento de la cantidad que requieren China se ha podido encontrar gracias a la Guía de Mercado China de PROMPERU 2016, el cual nos muestra los principales productos importados por China, específicamente en

el rubro de productos químicos orgánicos (en el que está incluido la Tara de polvo), así también nos muestra la tasa de crecimiento de esta, lo cual no ayudara a encontrar la proyección de la demanda de tara en polvo.

Tabla 24: Comportamiento de las Importaciones Totales de Tara

Rk	Art.	Descripción	Valor en Millones US\$			Part. % 2015	Var. % 15/14
			2013	2014	2015		
1	85	Máquinas, aparatos y materiales eléctricos	266,639	243,779	314,405	22.6	29.0
2	27	Combustible minerales, aceites minerales	168,643	123,148	188,381	13.5	53.0
3	84	Reactores Nucleares, cadenas y maquinas	138,707	123,814	172,403	12.4	39.2
4	26	Minerales metalíferos, escorias y cenizas	85,236	68,823	107,969	7.8	56.9
5	90	Instrumentos y aparatos de óptica	77,696	66,955	89,738	6.4	34.0
6	39	Plásticos y sus manufacturas	48,841	48,509	63,689	4.6	31.3
7	87	Vehículos, automóviles y tractores	26,941	28,344	49,447	3.6	74.5
8	29	Productos químicos orgánicos	39,301	36,176	48,283	3.5	33.5
9	74	Cobres y sus manufacturas	26,085	29,416	45,992	3.3	56.4
10	12	Semillas y frutos oleaginosos	23,183	21,008	27,059	1.9	28.8

Fuente: Word Trade Atlas, PROMPERU (2018)

Gracias a esta información encontramos que el crecimiento de la producción es de 33.5% para los productos químicos, dentro de los cuales se incluye la tara en polvo.

Luego de realizar este análisis, podemos concluir con que se analizará la demanda de China para el mercado de la tara.

Para realizar este análisis, de la demanda se toma en consideración que el mercado Chino se encuentra compuesto por un aproximado de 3,358 fábricas curtientes, las cuales realizan una producción total de 204 395, 760 prendas para el año (Cifra para el año 2017); pues ellos son los principales demandantes de la tara en polvo.

Así también, tomando en consideración los procesos seguidos para el encurtimiento de pieles de las empresas, se puede encontrar que para encurtir una pieza de piel se utiliza aproximadamente 400 gramos de tara en polvo. Con esta información podemos obtener la demanda del mercado chino de tara y polvo, el cual se muestra a continuación.

Tabla 25: Estimación de la demanda de tara en el mercado chino

DESCRIPCION	CANTIDAD 2016
Cantidad de empresas Chinas relacionada a encurtimiento de pieles	3,358
Cantidad de producción de la empresas curtientes	204,395,760
Cantidad de tara utilizada por piel (kg)	400 gr= 0.40 kg
Cantidad de tara utilizada por piel (tm)	0.0004
DEMANDA TOTAL	81,758

FUENTE: Elaboración Propia (2018).

2.4.5 Proyección de la demanda

Para proyectar la demanda de tara encontrada en el año 2017, se tiene en consideración la información del crecimiento del ranking de productos importados por china (3.5%). Con lo cual se obtiene la siguiente tabla:

Tabla 26: Cálculo de Demanda Proyectada a China de Insumo vegetal, Tara en Polvo (t)

AÑO	CANTIDAD (TM)
2018	81,758
2019	84,620
2020	87,582
2021	90,647
2022	93,820
2023	97,103

FUENTE: Elaboración Propia (2018).

2.5 Estudio de la Oferta

2.5.1 Análisis de la oferta Actual

Para encontrar la oferta mundial de tara de china, se analiza la cantidad de tara que ofrecen los países a china. La exportación mundial de tara a China será la oferta, la cual se muestra a continuación:

Tabla 27: Exportación Mundial a China de Tara en Polvo

EXPORTADORES	2010	2011	2012	2013	2014
Mundo	1,221.64	1,668.30	1,522.45	1,566.67	1,417.50

Fuente: Calculo del cci basado en estadísticas en un CONTRADE y base de datos del precio de la tara, SUNAT. Fuente: Elaboración Propia (2018).

Con esta información se puede encontrar una tendencia, la cual se muestra en la siguiente figura, para luego encontrar la oferta actual utilizando esta tendencia.

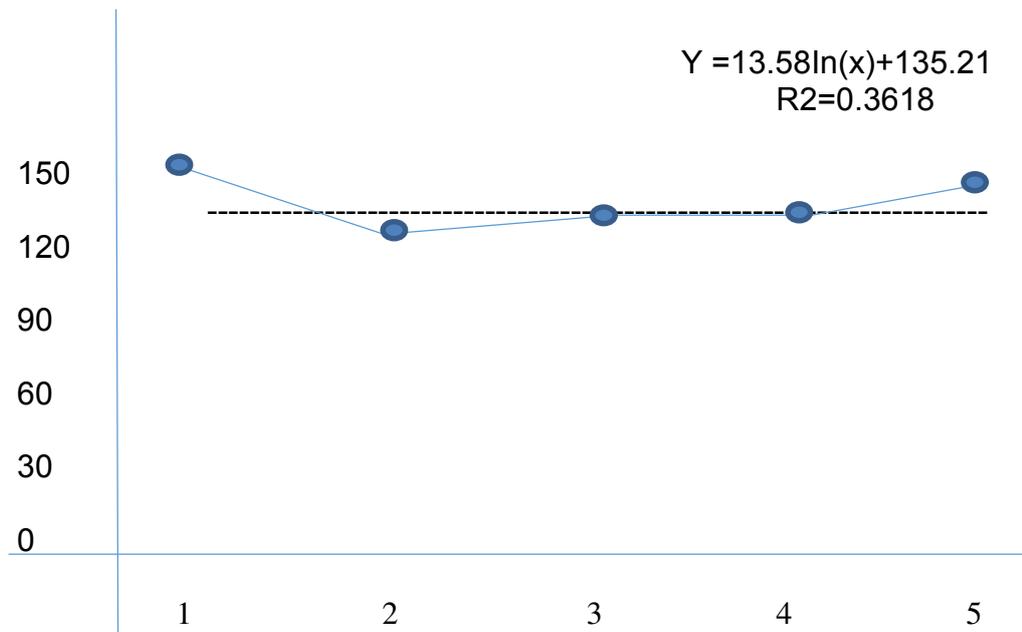


Figura 14: Comportamiento de las exportaciones mundiales a China de la tara
Fuente: Cálculo del CCI basados en estadísticas de un CONTRADE y la base de datos del precio de la tara SUNAT. Fuente: Elaboración Propia (2018).

2.5.2. Estrategia de marketing

Estrategia de producto

La región Ayacucho produce, transforma y exporta tara de calidad hacia el mercado mundial, a partir de la organización de los productores, el fomento del desarrollo de capacidades, la investigación y la asistencia técnico-productiva (proyectos), contribuyendo al desarrollo social y económico de la región.

Efectuar investigaciones para mejorar la calidad del producto de acuerdo con las demandas de los consumidores.

Creciente demanda en el mercado internacional para su utilización en la fabricación de diversos productos industriales y como ingrediente alimenticio orgánico, así mismo posee un inmenso potencial medicinal, alimentario e

industrial. Tiene una gran utilidad en la obtención de taninos a partir de los hidrocoloides o gomas y ácido gálico,

Para el caso de la Tara en vaina de nuestro proyecto se puede implementar una estrategia de producto, considerando que la producción será entregada al comprador-exportador (China) en cumplimiento del convenio que se firmara entre las partes, mediante el cual existe el compromiso, por parte del exportador de comprar bajo un precio definido, toda la cantidad posible y a una calidad certificada.

Estrategia de precio

Según el estudio de mercado, los costos de producción que vienen siendo afectados por los precios de la vaina de la tara, son fijados mediante competencia perfecta, debido a que son muchos productores que tienen un producto casi homogéneo y hay libertad de entrada y de salida del mercado, por lo que el precio es fijado por libre competencia.

El posicionamiento de la tara, ocupa un lugar en la mente de los compradores, debido a sus grandes atributos por las bondades de los taninos naturales que se extraen, donde han superado todas las expectativas y llevado a los industriales extranjeros a fijar su atención en un mejor beneficio y aprovechamiento de los derivados de la tara.

Su estrategia está basada en la relación calidad y precio, Trasladado a la pyme, se puede crear una línea Premium incidiendo precisamente en el carácter más ecológico y natural que contiene la tara.

Tabla 28: Precios de la Competencia

Estrategia de Precios	Ayacucho	Cajamarca	La Libertad	Ancash
Precios (kg)	3.00 kg	2.80 kg	2.90 kg	280 kg

Fuente: Elaboración Propia

Estrategia de Plaza

La evaluación de los factores externos a la cadena permite concluir que existe un marco favorable, aunque este hecho se traduzca en una **política selectiva** de fomento y apoyo que no asume plenamente el enfoque de cadena de valor y privilegia a los eslabones finales vinculados a la exportación antes que a los productores primarios.

El producto tara en vaina, contara con una estrategia de marketing vía internet, debido a que las empresas que compran este producto son nacionales e internacionales. Esta difusión del mercado se hará mediante asistencia a eventos regionales, nacionales, ferias y eventos, para mostrar las bondades del producto.

La venta y distribución de la tara en vaina, se realizara a través de flete encuentran en la capital de provincia y país, para lo cual la tara será ensacado en bolsas de polietileno para soportar en transporte.



Figura 15: Mercado Objetivo de las Empresa

Fuente: Elaboración Propia (2018).

Estrategia de Promociones

La estrategia de promoción consiste en realizar viajes a las diferentes ferias que se realicen en la región, asimismo visita a las empresas transformadoras, y realizar las presentaciones del producto mostrarnos su calidad.

2.6 Determinación de la Demanda Insatisfecha

Para proyectar la demanda, ha sido indispensable conocer la cantidad de empresas chinas relacionadas con el encurtimiento de pieles; en base a ello, se encontró la cantidad producida por estas empresas, para luego poder encontrar la cantidad de tara utilizadas por piel; es decir, la cantidad aproximada de la preparación para sumergir una prenda a través de este mecanismo y en base al porcentaje de crecimiento de productos de importación que es igual al 3.5%, se obtuvo la demanda total de tara en kilogramo y toneladas métricas. Para el cálculo de la oferta de tara, se ha considerado el total de importaciones de tara en polvo al mercado chino en los años 2010 al 2014, para luego mediante una proyección con tendencia logarítmica, encontrar la oferta de tara en tonelada, para el periodo del 2017 al 2021.

Tabla 29: Brecha de Demanda – Oferta de tara (t)

AÑO	DEMANDA CHINA (TN)	OFERTA CHINA(TN)	BRECHA DEMANDA – OFERTA(t)
2017	81,619.84	106.97	84,512.87
2018	87,581.54	103.37	87,476.17
2019	90,646.89	103.94	90,542.95
2020	93,819.53	102.65	93,716.89
2021	97,103.22	101.46	97,001.75

Fuente: Proyecciones de demanda y Oferta en función al estudio de mercado de la tara Peruana. Calcula de la brecha (D-O), ha sido calculado en función de la proyección de la demanda y oferta.

3.6.1 Capacidad de Producción de la Propuesta Productiva

Para la producción de tara en vaina es necesario ampliar y mejorar las existentes de las áreas de cultivo de tara, debido a que, actualmente, solo se comercializa vainas sin parámetro de calidad y de formas individual, para determinar su capacidad de producción se ha procedido de la siguiente manera:

- Mercado Objetivo: Empresa transformadoras y exportadoras a China.
- Demanda insatisfecha.

Tabla 30: Demanda In satisfecha

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA (t)
2017	81,619.84
2018	87,581.54
2019	90,646.89
2020	93,819.53
2021	97,103.22

Fuente: Prospectiva de mercado de tara Málaga Web 2017

2.7. Proyecciones y Provisiones para Comercializar

Es cuando hacemos una previsión de ventas, estamos realizando proyecciones de que algo concreto puede suceder si se cumplen una serie de requisitos de los cuales unos controlamos y otros no, cómo, por ejemplo, el total de la Empresa MILAGROS EIRL. Está proyectada para vender aproximadamente 170,000 Kilogramos anuales a las empresas exportadoras es decir, basarnos en datos reales y tangibles del pasado y del presente, es una aproximación, una estimación, una previsión al dato que finalmente se conseguirá.

En conclusión, como proyección, cuantos más datos reales tengamos presentes y futuros; externos e internos; y más detallemos el plan de acción y el escenario, mas indicadores podremos incluir en la previsión y por tanto más se aproximará a la cifra real final.

La tabla 31, son las empresas compradoras de la vaina de tara a nivel nacional, teniendo una aproximación de compras de 11,000 toneladas anuales.

Tabla 31: Producción de Tara por Productores y/o Empresas 2015

PROVINCIA	Asociación de Productores y/o empresas	Volumen de Producción (tm/año)	%
Huanta	Cooperativa de Servicios Múltiples Fruto del Ande	600	5.34
	Producto del País S.A.	400	35.60
	Corporación Legusma S.A.C.	1000	8.90
	Asociación de Productores Agropecuarios y otros de San José de Cangari-Iguain	50	0.44
	Asociación de Productores Agroecológico de Iribamba	7	0.06
	Asociación de Productores Agropecuarios Corazón de Jesús de IZCUTACOCC	6	0.05
	Asociación Civil Chacra Ecológica Luricocha – Huanta	6	0.05
	Asociación de Jóvenes Emprendedores Agropecuaria y Forestal Sumaq	50	0.44
	Asociación de Productores Agropecuarios 24 de Junio – Las Vega	5	0.04
	Asociación de Productores Agropecuarios de Seccllas	30	0.27
Asociación de Productores Agropecuarios y otros Ñahuinpuquio de Chuschi	6	0.05	

	Total	5760	51.26
Huamanga	Cooperativa de Servicios Múltiples Fruto del Ande	400	3.56
	Producto del País S.A.	4000	36.60
	Corporación Legusma S.A.C.	1000	8.90
	Asociación de Productores Agropecuarios San José Glorioso	20	0.18
	Asociación de Productores Agropecuarios de Cuculipunku		0.05
	Asociación de Productores Agropecuarios de San Juan de Viñaca	25	0.22
	Asociación de Productores Agropecuarios de Tuna, Cochinilla y Otros de Simpa pata	22	0.20
	Total	5473	48.71
Cangallo	Asociación de Productores Agropecuario Multiservicios Valle Lucana de Chuschi	3	0.03
TOTAL	Total	11236	100.00

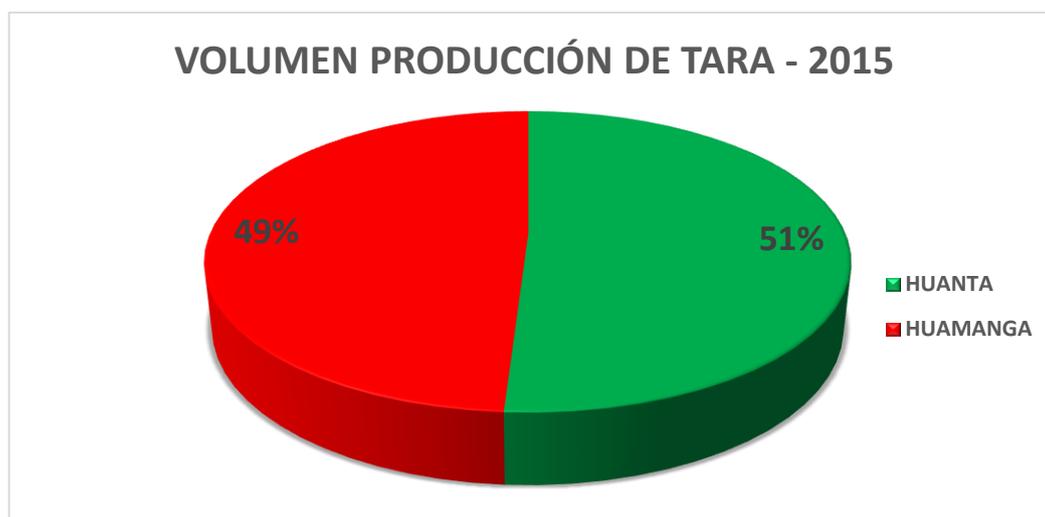


Figura 16: Volumen de producción de tara 2015

Fuente: Elaboración Propia (2018).

Tabla 32: Principales Empresa Comercializadora de tara en la Región Ayacucho, 2015

EMPRESAS	VOLUMEN PRODUCCION (Tm/año)	%
Producto País.	8,000	71
Corporación Legusmas SAC.	2,000	18
Cooperativa de Servicios Múltiple “Fruto del Ande”	1,000	9

Fuente: Elaboración Propia (2018). Entrevista a empresas y productores de la Región.

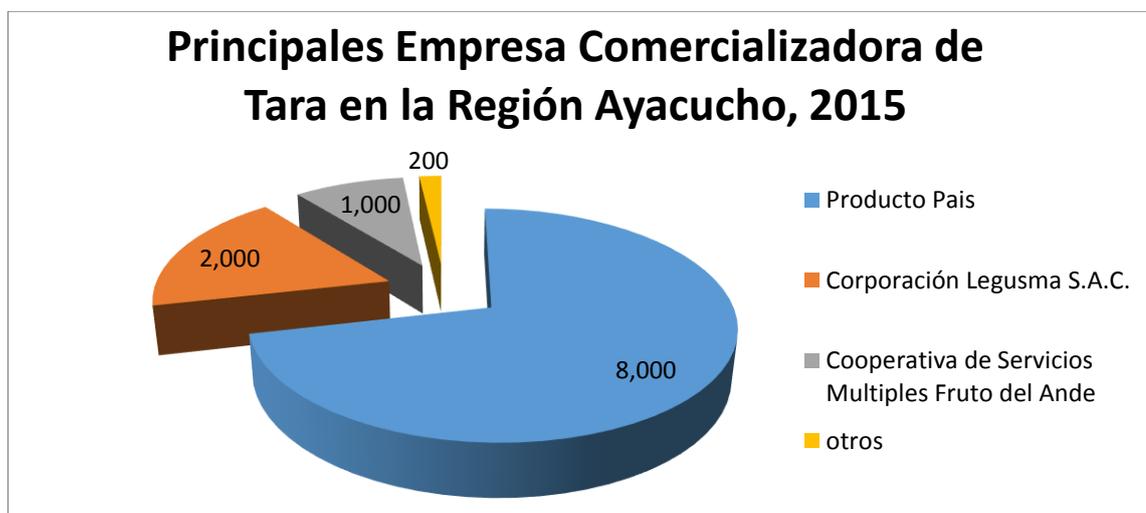


Figura 17: Empresas comercializadoras de Tara Región Ayacucho 2015
Fuente: Elaboración Propia (2018).

En Provisiones

La tara es un cultivo nativo actualmente se le están capacitando a los productores para darle un mayor valor agregado lo que permitirá a las

poblaciones tener nuevas oportunidades para mejorar sus ingresos y una vida más digna.

Con las charlas que se les brinda a los campesinos, se está promoviendo la formalización de la de tara en el Perú sobre todo en las regiones del departamento de Ayacucho, para esto se realizan campañas y eventos con apoyo, todo relacionados a la producción de la tara.

Se ha presentado en la población de Ayacucho, el cultivo de la tara con mayores valores, en la vaina de la tara como en la semilla, lo que se le está educando a la población campesina de ese sector, para aprovechar y establecer un programa de conservación y/o mejoramiento genético, que a su vez beneficiaría a los productores de la localidad.

Debido a las bondades de este producto, se le está promocionando, y dándole pauta al campesinado para que le preste la debida importancia, y estableciendo programas de conservación y/o mejoramiento genético, que a su vez lo va a beneficiar.

Se ha capacitado al campesinado, y se está realizando proyectos pilotos forestal con la planta de tara, ubicados en sus caseríos, con un manejo forestal adecuado con los plántones de tara, siguiendo las pautas: donde deben estar aireado al alcance del agua y con drenaje, protegerlo con cerco, terrenos de preferencia tierra negra, las camas con sus respectivos drenajes y los viveros hechos de acuerdo a la disponibilidad del terreno, lo que se busca es obtener arbolitos vigorosos; estos modelo productivo, le generará mayores rentabilidades, y traerá beneficio para el campesinado.

2.8 Descripción de la Política Comercial

La política comercial se define como el manejo del conjunto de instrumentos al alcance del Estado, para mantener, alterar o modificar sustantivamente las relaciones comerciales de un país con el resto del mundo, busca generar procesos de integración comercial.

Principales destinos Comerciales: La producción total de tara de la Región de Ayacucho se comercializa en vaina, y las mayores empresa exportadora de tara en la Región son Producto del País SAC, que acopia y procesa la tara con valor agregado y la Corporación Legusma SAC, que acopia y envía la tara en vaina a la Empresa Exandal S.A.; la producción restante se distribuye otras expresa exportadora como Silvateam Perú, Molinos Asociados, entre otros. El precio promedio de tara en vaina es de S/2.80 por kilogramos (agosto 2015).

La tara en polvo y goma es exportada por producto del País S.A.C., hacia Argentina, Austria y China. Los principales países importadores son China, Argentina y Brasil y el volumen que aporta la región Ayacucho es del 21%.

El volumen de tara que se envía en forma de materia prima a las empresas, s aproximadamente 3,236 tm/año, el volumen de venta Internacional de tara procesada y exportada en promedio de 1,500 tm/año.

Tabla 33: Evolución de Exportaciones de Tara 2010 - 2015

AÑO	Valor FOB (US\$)	Volumen Bruto (kg)	Valor Unitario Promedio (US\$/kg)	Variación % (Valor FOB)	Variación % Volumen Bruto (kg)
2010	43.229.812.72	27,614,932.82	1.57	70.38	54.37
2011	42,266,721.45	20,624,423.41	2.05	-2.23	-25.31
2012	57,221,816.06	23,471,972.89	2.44	35.38	13.81
2013	49,861,429.93	22,446,548.15	2.04	-12.86	4.15
2014	48,798,349.14	28,156,123.74	1.73	-2.13	15.17
2015	17,497,025.35	10,033,320.64	1.74	-64.14	-64.37

Fuente: SUNAT 2015.

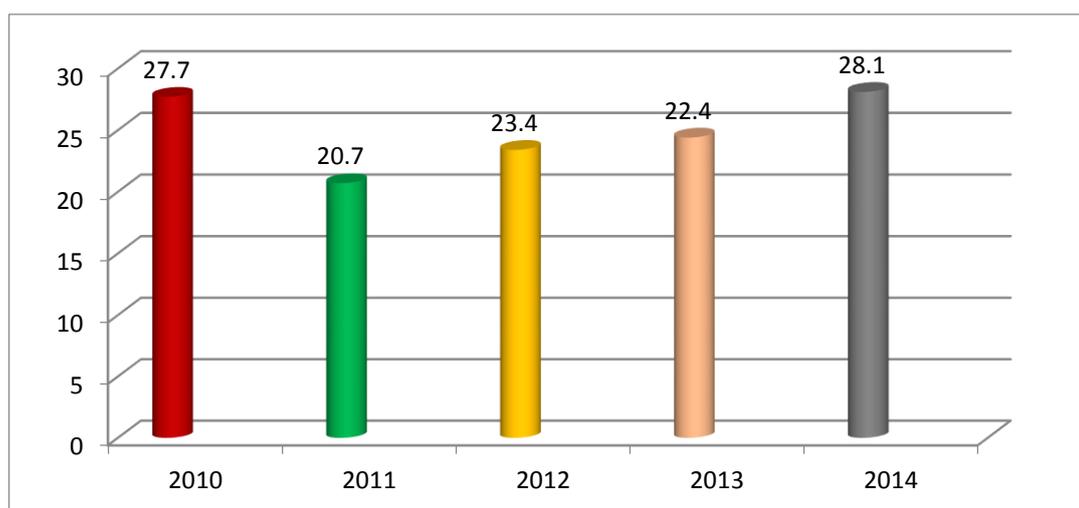


Figura 18: Evolución de las Exportaciones..

Fuente: Elaboración Propia (2018).

En la Tabla 33, se reporta que los principales mercados de exportación de tara es China con US\$ 4.3 millones que representa el 30% del total, le sigue Argentina con US\$ 1.7 millones que equivale al 8.9%, Brasil con US\$ 1.9 millones que representa el 8.8%, Italia con US\$ 1.8 millones que equivale el 7.9%, Alemania con US\$ 1.7 millones que representa el 6.6% y siguen otros países con menores porcentajes

2.9 Cuadro de la Demanda Proyectada para el Negocio

Una vez que se ha determinado la población de beneficiarios directos e indirectos, el siguiente desafío es cuantificar el impacto, es decir, determinar el valor de los beneficios resultantes. Es importante comprender que el tipo y grado de beneficio no será siempre igual para todos los usuarios. Las personas que viven cerca del área donde se ubica el proyecto pueden beneficiarse más que otras. Asimismo, el ejemplo de la protección de vaina de tara muestra claramente que los beneficios para los distintos tipos de usuarios de la zona.

Tabla 34: Demanda Insatisfecha – Datos Históricos

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA (t)
2017	81,619.84
2018	87,581.54
2019	90,646.89
2020	93,819.53
2021	97,103.22

Fuente: Prospectiva de mercado de tara Málaga Web

Tabla 35: Demanda Proyectada para el negocio

AÑO	VENTAS ANUALES (Kg)	PRECIOS (S/.)	TOTAL VENTAS (S/.)	TASA CRECIMIENTO (%)
1	170,000.00	3.00	510,000.00	
2	174,250.00	3.00	522,750.00	2.5%
3	179,477.50	3.00	538,432.50	3.0%
4	185,759.21	3.00	557,277.64	3.5%
5	193,189.58	3.00	579,568.74	4.0%

En la tabla proyectada represento, cuanto puedo vender en los cinco años.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Tamaño del Negocio, Factores Determinantes

El análisis de la cantidad demandada conducirá a seleccionar distintos tamaños de los negocios, dependiendo de la decisión respecto a definir un negocio, de tamaño igual o diferente, en distintos lugares.

La disponibilidad de materia prima, tanto humanos como materiales y financieros es otro factor que condiciona el tamaño del negocio.

El tamaño del negocio se determinara en base a los factores que condicionan la dimensión del negocio. En la tabla 36, se presenta detallar los factores a considerar para determinar el tamaño del negocio.

Tabla 36: Factores determinantes del Tamaño del negocio.

Factores	Descripción
Mercado	En la actualidad la tara está en un crecimiento constante esto se evidencia en la cantidad exorbitante de la demanda y la oferta, que no satisface el mercado requerido, De acuerdo a la demanda del proyecto de debería dimensionar el tamaño de la empresa. En los primeros años del proyecto se estaría introduciendo al mercado con una participación conservadora, ya que no se cuenta con la experiencia en el negocio y en las localidades de acopio, y en los últimos años proyectados se tendrá una mejor participación.
Disponibilidad de Recursos	La localidad de Ayacucho en el centro de acopio más importante que se tiene. En la ciudad se constituyen los fines de semana, gran cantidad de pequeños productores para ofrecer sus productos de la tara.
Organización y Gestión	El producto de la tara en su proceso de producción para el polvo y la goma de tara no es complicado y no es necesaria la mano de obra tecnicada, es por este motivo que se trabajara con personal que provienes de la zona, y su costo de mano de obra es mínimo.
Financiamiento	La cantidad a invertir no se puede determinar, motivo por el cual no se cuenta con los datos necesarios, solo se proyecta con el capital de trabajo necesario, aproximadamente U\$ 30,000 dólares.

Tecnología	El producto de la vaina de tara se realiza mediante la línea de compra al productor y la otra línea es la distribución de vaina de tara para su venta al exportador. Se realizara una distribución de la vaina de la tara de acuerdo a la producción.
------------	--

Fuente: Elaboración Propia (2018).

Determinación del tamaño de la propuesta

Tabla 37: Requerimiento de la producción de la vaina de la tara en el Proyecto - Mercado

	2017	2018	2019	2020	2021
Demanda Futura (tm)	81,619.84	87,581.54	90,646.89	93,819.53	97,103.22
Oferta Futura (tm)	106.97	105.37	103.94	102.65	101.46
Demanda Insatisfecha (tm)	84,512.87	87,476.17	90,542.95	93,716.89	97,001.75

Fuente: Proyecciones de demanda y Oferta en función al estudio de mercado de la tara Peruana. Calcula de la brecha (D-O), ha sido calculado en función de la proyección de la demanda y oferta.

3.2 Proceso y tecnología

El proceso productivo es la forma en que los insumos se transforman en productos a través de la tecnología y la tecnología, es el conjunto de procedimiento y medios que se utilizan para la producción de bienes y servicios

Con respecto a la empresa MILAGROS EIRL., se dedica a la comercialización de la Vaina de la Tara.

3.2.1 Descripción y Diagrama de los Procesos

Se detalla el proceso principal del proyecto, el de la vaina de la tara, después se presentan el diagrama de los procesos del producto ya mencionado.

Se describen los procesos principales del negocio de la vaina de la tara, en la tabla 38.

Tabla 38: Proceso de la Vaina de la Tara.

Operación	Descripción
Recepción de materia prima	Consiste en la compra de las materias primas al productor, recepción para ser llenados en los sacos para su posterior transporte al almacén de materia prima.
Clasificación de Materias primas	En esta operación se realiza la selección de la materia prima, en el cual se rechazara las vainas de la tara que contengan piedras, arbusto, mayor humedad, pues estas entorpecen el proceso causando menor porcentaje del tanino en el producto final.
Pesado de Materia Prima	Se realiza el pesado, después de la selección de la materia prima para poder saber con exactitud el peso de la materia prima.
Envasado	El envasado se hace en sacos de 50 kg de polipropileno de mayor consistencia, de este modo se protege de las condiciones del clima y se evitara perdidas del mismo. Se mantendrá en una humedad del 12%.
Almacenaje	El almacenaje se realiza en el local con ventilación, que permita al producto mantener su humedad requerida y lista para distribuirlo al exportador.

Seguidamente se presenta el diagrama de operaciones de la vaina de la tara, como se observa en la Figura 38.

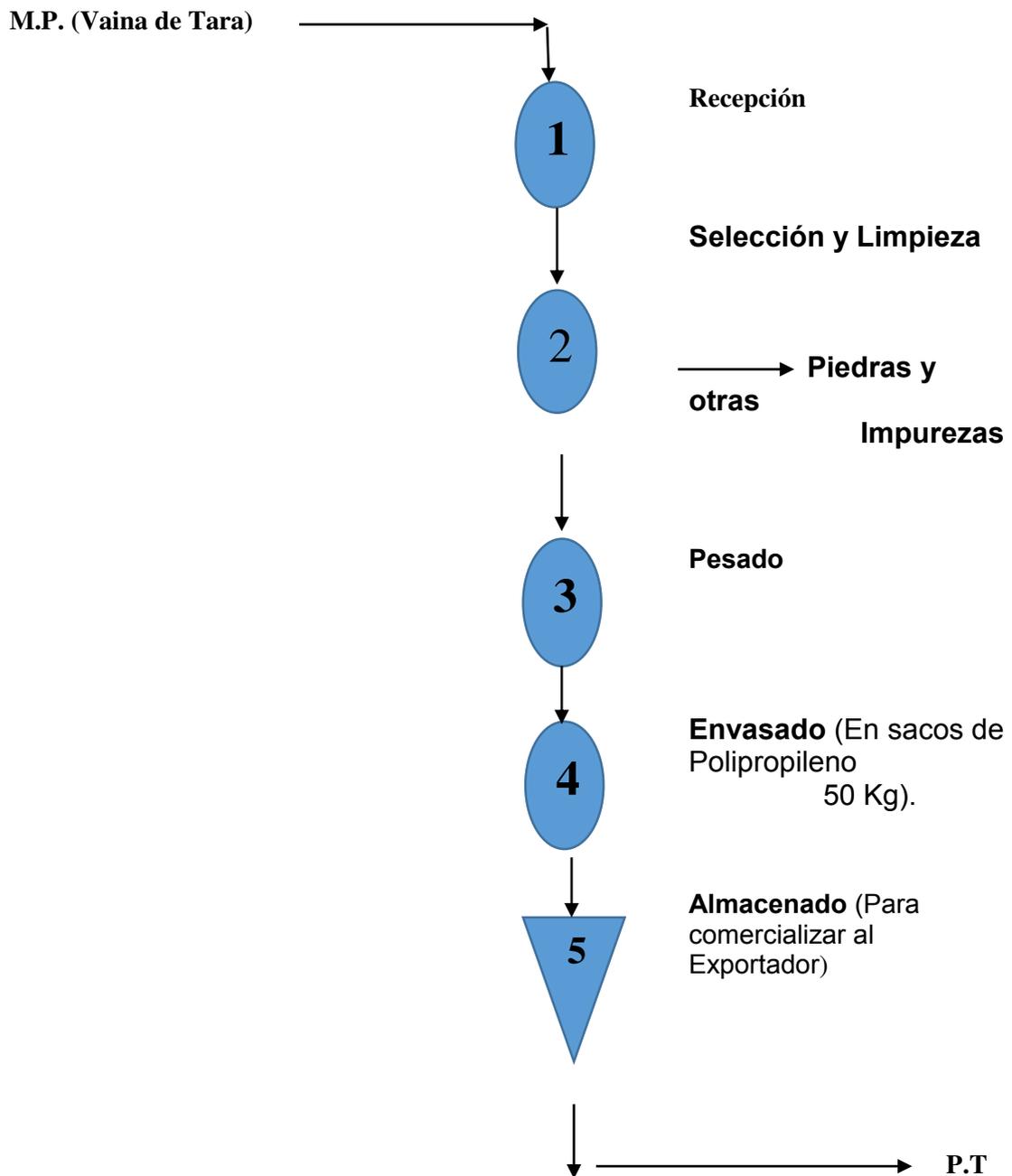


Figura 19: Diagrama de Operaciones

Fuente: Elaboración Propia (2018).

3.2.2 Capacidad Instalada y Operativa

La capacidad instalada es el volumen máximo de producción que se pueda obtener con los recursos (dinero, equipo, personal, instalaciones) disponibles en el proyecto, definido en el primer año de proyección para ser alcanzado en el último año.

Capacidad Operativa

La capacidad Operativa se refiere a la utilización de la infraestructura y conocimientos disponibles para fabricar productos o bienes y servicios que optimicen su uso, con el fin de lograr niveles de eficiencia y productividad.

La capacidad de producción de la vaina de tara se detalla para los cinco años del proyecto.

Para el primer año se está considerando la compra de 170,000 kilogramos anuales, debido al poco conocimiento del mercado, ósea poca experiencia.

En el segundo año se ha estimado en considerar una compra de 174,250 kilogramos ya conociendo el escenario del negocio de la vaina de tara, habiendo incrementado una tasa de crecimiento en el 2.5%. En cuanto al tercer año, se tiene un crecimiento del 3%, permitiendo incrementar la capacidad del negocio en 179,477.50 kilogramos, En el cuarto año se considera una compra de 185,759.21 kilogramos incrementándose el 3.5%, y, finalmente, en el quinto año se consideró 193,189.58 kilogramos, con un crecimiento del 4% de la compra de la vaina de tara, como se muestra en la tabla 39, de los cinco años del proyecto.

Tabla 39: Requerimiento de producción de tara Projectada para el negocio

AÑO	VENTAS ANUALES (Kg)	PRECIOS (S/.)	TOTAL VENTAS (S/.)	TASA CRECIMIENTO (%)
1	170,000.00	3.00	510,000.00	
2	174,250.00	3.00	522,750.00	2.5%
3	179,477.50	3.00	538,432.50	3.0%
4	185,759.21	3.00	557,277.64	3.5%
5	193,189.58	3.00	579,568.74	4.0%

Fuente: Elaboración Propia (2018).

3.2.3 Cuadro de Requerimiento de Bienes de Capital, Personal e insumos

Materia Prima

La vaina de tara viene a ser la materia prima, para los procesos de comercialización, esta se obtiene de los productores en la ciudad de Ayacucho. Cabe resaltar que la cosecha de vaina de tara es estacional, ya que en los meses de abril, mayo, junio, julio, agosto y septiembre, se acopia el 100% de la producción total, (esta información fue proporcionada por el Gobierno Regional de Ayacucho). En la tabla 40, se muestra el requerimiento de la tara.

Tabla 40: requerimiento de Materia Prima

AÑO	Toneladas anuales (tm)	Kilogramos Anual (Kg)
1	170	170,000.00
2	174	174,250.00
3	179	179,477.50
4	185	185,759.21
5	193	193,189.58

FUENTE: Elaboración Propia (2018).

En la tabla proyectada represento, cuanto puedo vender en los cinco años.

Bienes de Capital

La tabla 41, se muestra a detalle la estructura de la inversión en capital de trabajo.

Tabla 41: Cuadro del Capital de Trabajo

Capital de Trabajo Trimestral	Sub Total Mensual	Sub Total Trimestral
Insumos Directos	28,333.33	85,000.00
Insumos Indirectos	918.33	2,755.00
Mano de obra directa e indirecta	4,540.00	13,620.00
Gastos de promoción y ventas	440.00	1,320.00
Gastos Administrativos	2,659.50	7,978.50
Imprevistos (10% del activo fijo total)	1,952.94	5,858.81
Total Capital de Trabajo S/.	39,454.10	118,362.31

FUENTE: Elaboración Propia (2018).

Cuadro del Personal Administrativo

En la presente tabla 42, de estructura del personal administrativo, de la empresa MILAGROS E.I.R.L., está basada en la distribución de sueldos y beneficios que la empresa tiene para su personal, y se consideran como criterio válido el que los servicios del contador y el Asistente de Logística, sean asumidos por terceros (temporal), y se está considerando los seis meses de la producción de la vaina de la tara.

Tabla 42: Cuadro de Personal Administrativo

CARGO	Cant	Rem. Mens.	Remun. Anual 12 Sueldos
Gerente	1	2,000.00	27,160.00
Administrador	1	1,360.00	18,468.80
Asistente logística y SSGG	1	930.00	12,629.40
Contador	1	250.00	3,000.00
Sub totales	5	4,540.00	61,258.20

Inversión del Local

Tabla 43: Alquiler de Almacén

Descripción	Área m²	Precio Mensual	Total Anual S/.
Alquiler Almacén	480	2,000.00	24,000.00

Inversión del Transportes

Tabla 44: Alquiler del Transportes

Descripción	Precio mensual S/.	Precio Mensual (Por 06 Meses)	Total S/.
Alquiler transportes (Incluido Estibas y Desestibas)	3,000.00	18,000.000	18,000.00

Inversión Equipo de Oficina

Tabla 45: Equipos de Oficinas

Silla gerencial	Und	1	250	250.00
Escritorio oficina gerencia	Und	1	500	500.00
Sillones recepción	Und	3	150.00	450.00
Reloj	Und	1	35.00	35.00
Estantes para almacenamiento de metal	Und	10	70.00	700.00
SubTotal inversión mobiliario				1,935.00

Mano de Obra

En cuanto al personal, se debe resaltar que para el área de comercialización no se necesita que sea calificada pero sí que tenga conocimiento acerca de la vaina de la tara y que viva próximo a la planta. Las condiciones laborales en la planta no son extremas pero si necesitan adecuada ventilación e iluminación. El personal administrativo contará con las condiciones adecuadas para que puedan realizar su trabajo en las oficinas. En la tabla 46, se muestra la cantidad mínima de personal con los que deberá contar cada sección de comercialización.

Tabla 46: Requerimiento de mano de obra directa e indirecta

	ÁREA	AÑO				
		1	2	3	4	5
1	Almacén de materia prima	2	2	3	4	4
2	Almacén del producto en sacos (50 kg)	2	2	3	4	4
3	Servicio de Limpieza	1	1	1	1	1
4	Zona de carga y descarga	2	3	3	3	4

FUENTE: Elaboración Propia (2018).

Materiales (insumos)

En la presente tabla 47, se muestra los insumos requeridos para realizar los procesos de producción del polvo de tara y goma de tara.

Tabla 47: Requerimientos de materiales o insumos (Vaina de la Tara)

Material Insumo / Año	Cantidad Mensual	Cantidad periodo 6 Meses	Precio S/.	Total S/.
Sacos de polietileno – vaina tara (und/50kg)	200	1,200	1.00	1,200.00
Balanza	1	10	800.00	800.00
Parihuela o tarima	20	20	30.00	600.00
Medidor de Humedad	1	1	200.00	200.00
Pala	2	2	20.00	40.00
Balde	2	2	5.00	10.00
Aguja (1 aguja para 7 sacos)	15	15	2.00	30.00
Rafia en Rollo	10	60	1.50	90.00
TOTAL				2,970

FUENTE: Elaboración Propia (2018).

3.2.4 Infraestructura y Características Físicas

El proyecto necesitaría un terreno con dimensiones capaces para albergar el acopio de las materias prima, que es la vaina de la tara.

Tabla 48: Áreas de la Planta

Área de la Planta
Almacén de la materia prima
Almacén del producto en sacos de 50 kg.
Zona de carga y descarga del producto
Línea de almacenamiento del producto
Oficinas administrativas
Servicios higiénicos

FUENTE: Elaboración Propia (2018).

Vías de Comunicación

Como se ha mencionado anteriormente la planta se ubicará en la Provincia de Huanta, departamento de Ayacucho.

Descripción de las Áreas

Se describe las áreas del proceso de la materia prima, las áreas comunes y áreas administrativas. En la Tabla 49, se describe los tipos de áreas que se encuentran presente en la planta.

Tabla 49: Descripción del Área de la Planta

Área de Producción	
Áreas	Descripción
Almacén de Materias Primas	En esta se almacena la vaina de tara para el proceso de distribución para el exportador
Almacén del producto envasado	Se almacenan los productos en sacos de 50 kg listo para la distribución al exportador.
Área de mantenimiento	En esta se almacenan algunos accesorios y los insumos de limpieza.
Zona de carga y descarga	Está formado para realizar las cargas y descargas de las materias primas y su distribución al exportador
Áreas Comunes	
Servicios higiénicos	Destinados para los empleados que laboran en el área de administración y los operarios que laboran en la empresa.
Áreas Administrativa	
Oficinas administrativas	En esta área se llevara las labores de comercialización de los productos, el cual será liderado por el gerente y demás empleados de esta área.

FUENTE: Elaboración Propia (2018).

Distribución de la Planta

La distribución de la planta tiene como finalidad de asegurar el mejor flujo del proceso de distribución y manejo de la materia prima.

En la Tabla 50, se presentan los principios relevantes que se aplicaran al proyecto.

Tabla 50: Principio relevante Distribución de la Planta

Unidad	Esta permite conocer los factores que afectan la distribución de la planta.
Flujo de las materias primas	Esto hace que el proceso de distribución de los productos se realice de manera fluida, sin inconveniente ni pérdida de tiempo.
Distancia mínima de recorrido	Mediante este se logra que las áreas estén próximas del producto, de tal manera que el recorrido se realice de manera rápida.
Los espacios	Se permite mejor aprovechamiento de espacio para el almacenamiento de la materia prima.
Satisfacción y Seguridad	Se crea un ambiente laboral de satisfacción y seguro para evitar los accidentes en las labores a realizarse.

Flexibilidad	Permite que la empresa distribuya y ordene la planta según los requisitos que se presentan.
--------------	---

FUENTE: Elaboración Propia (2018).

Dimensiones y diseño de la planta

Para la distribución de la vaina de la tara, se realiza a través de una línea de comercialización por lo que la distribución que mejor cumple con los requerimientos de producción.

Luego de haber calculado los requerimientos de espacios mínimos para las áreas de comercialización y haber estimado los espacios para el área administrativa y común, se presentará los resultados. Cabe resaltar que para determinar las dimensiones del almacén, oficina y área común. En la tabla 51, se presenta a detalle las dimensiones necesarias de la planta.

Tabla 51: Dimensiones de las áreas de la planta

1.	Área administrativa	M²
1.1	Gerente - Administrador	5
1.2	SSHH Dama + SSHH Hombres	5
1.3	Cuarto de limpieza	4
2	Área línea de producción	
2.1	Almacén de materia prima	466
3	Área común	
3.1	Zona de carga y descarga (Esta dentro del almacén de M.P)	0
	Total	480

FUENTE: Elaboración Propia (2018).

Por lo tanto se requerirá un almacén de por lo menos 480 metros cuadrados para la implementación del proyecto, para lo cual cumple con el requerimiento necesario. Planta del proyecto al almacenamiento de la vaina de la tara y exportación del producto.



Figura 20: Layout de la empresa
Fuente: Elaboración propia (2018)

3.2.5 Diagrama de Gantt

El diagrama de Gantt es una popular herramienta gráfica cuyo objetivo es mostrar el tiempo de dedicación previsto para diferentes tareas o actividades a lo largo de un tiempo determinado.

La tabla, está representado por las nueve actividades descritas en el proceso de producción y le estamos asignando un tiempo determinado, expresado en días, horas, etc.

Tabla 52: Cuadro de actividades del negocio de la vaina de la tara, expresado en horas.

Actividades	DIAS								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Selección de proveedores	■	■	■						
Negociaciones previas				■					
Envío de muestras					■				
Separación de la cosecha						■			
Acopio de la cosecha							■		
Traslado de la cosecha							■		
Descarga en almacén								■	
Negociación con exportador									■
Recepción de orden de compra									■
Confirmación de compra									■
Recepción de pago									■
Envío de producto									■

Fuente: Elaboración Propia (2018).

3.3. Localización del negocio, Factores determinantes

Macro Localización

Para el estudio de localización, se tiene como propósito seleccionar la ubicación más conveniente para el negocio, es decir, que nos conduzca hacia el mayor beneficio para el desarrollo de la empresa. El objetivo principal de este punto es llegar a determinar el sitio donde se instalara la planta, y uno de los puntos importantes es donde se encuentra la ubicación del mercado de producción, la fuente de materias prima y la mano de obra disponible. La elección de la ubicación de planta se hallara mediante la utilización de la herramienta del método de factores ponderados.

Tabla 53: Factores determinantes para evaluación de localidades

Factores	Descripción
Proximidad a centros de acopio	Se considera menor distancia a los almacenes de acopio para el depósito de los productos.
Disponibilidad y costo de la materia prima	Es el factor de mayor relevancia, ya que se puede tener la materia prima a un bajo costo al encontrarla más próximo a la planta, por lo tanto, la elección de la localización más cercana al área de cosecha de la tara y de fácil acceso es de suma importancia.
Reservas de recurso humano	Se toma en cuenta la disponibilidad del personal en el área de producción, lo que genera un gasto en la captación de personas.
Facilidades de transportes y vía de acceso	Está formado para el traslado de materias primas, se tendrá un menor costo al tener personal local en la zona de producción, se tendrá en cuenta la red de comunicación de la planta con los mercados de nuestros productos.
Tanino en la	La calidad de tara depende de la cantidad de tanino que se concentre en ella. La Región de Ayacucho tiene una

materia prima	superioridad por el clima de esta región, crea condiciones favorables para la formación de la vaina de la tara.
---------------	---

Social	Se contemplan marchas sociales, huelga y narcotráfico.
--------	--

Fuente: Elaboración Propia.

Los factores detallados se les concede una calificación del 1 al 10, lo cual 1 es de menor relevancia y 10 es el de mayor relevancia para la ubicación de la empresa, las regiones tendrán un valor de acuerdo al análisis del factor. Por último, se producirá un valor ponderado para cada región a elegir. La región que obtenga mayor puntaje ponderado, será las alternativas seleccionadas. En la tabla 54, se muestra el método de factores ponderados y tiene como finalidad mostrar que el factor más relevante para la macro localización es la disponibilidad y costo de materia prima.

Tabla 54: Resultado del método ponderado

Factores	Calificación	Ayacucho		Cajamarca	
		Valor	Ponderado	Valor	Ponderado
Proximidad al centro de acopio	7	0.5	3.5	0.5	3.5
Disponibilidad y costo de materia prima	8	0.6	4.8	0.2	1.6
Disponibilidad de recursos humanos	3	0.34	1.02	0.25	0.75
Facilidades de transportes y vías de acceso	7	0.4	2.8	0.2	1.4
Tanino en la materia prima	6	0.45	2.7	0.3	1.8
Social	4	0.3	1.2	0.3	1.2
		16.02		10.25	

Fuente: Elaboración Propia.

Luego de la evaluación la Región de Ayacucho es el lugar donde se ubicara la planta de producción de la empresa.

Localización

Ayacucho es el centro de acopio más relevante del Perú, esto se debe porque, en este lugar se encuentra el recurso forestal nativo, también porque la tara que proviene de este lugar contiene un alto porcentaje del tanino y por tener facilidades en el acceso a los centros de producción de la tara y su acopio de tara está cercano a la planta.

Tabla 55: Centros de Acopio Región Ayacucho

Centro de Acopio Región Ayacucho	
Provincias	Localidades
Huanta	Huanta, Luricocha, ViruViru, Iguain, Huamanguilla.
Huamanga	Pacaycasa, Vinchos, Ocros, Quinua.

Elaboración Propia.

El principal centro de acopio, se elige a la Región de Ayacucho, además los fines de semana, gran cantidad de campesinos y agricultores llegan para realizar compras y ofertar sus productos de la tara en el mercado de la región. Se ha determinado la localización óptima del negocio, utilizando distintos métodos para obtener la mejor ubicación, definiendo el tamaño de la planta, la relación tamaño mercado y la relación tamaño ubicación, también se ha definido la capacidad de comercialización de la vaina de la tara y procesos productivo, los requerimientos de insumos, servicios y personal para satisfacer la demanda del proyecto.

4. ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

En los capítulos anteriores se ha determinado diversos aspectos que permitirán el inicio del negocio, ahora es necesario saber si con todo lo establecido, reflejándolo monetariamente, se podrá recibir una contribución económica por el dinero invertido, en otras palabras si el negocio planteado será viable económica como financieramente.

4.1. Inversión fija

A continuación, se presenta la composición de la inversión fija (inversión intangible + inversión tangible) que sería la inversión pre-operativa para el inicio de las actividades del negocio, el cual asciende en S/ 19,529.38

4.1.1. Inversión Intangible

Para esta inversión se tomará en cuenta aquellos bienes que no se pueden identificar de forma física como la constitución de la empresa, permisos municipales, licencias, certificados, etc. La inversión intangible para **MILAGROS EIRL.**, se encuentra conformado por la inversión de estudio de mercado, constitución y alquiler, los cuales suman un total de S/ 9,235.88.

Tabla 56: Inversión intangible.

Ítem	Total S/
Inversión en Estudio de Mercado	
Estudio de mercado	1,000.00
Total Inversión Estudio de Mercado	1,000.00
Inversión en Constitución	
Búsqueda y Reserva de Nombre en SUNARP	25.00
Gastos Notariales de Constitución	800.00
Registro de Marca INDECOPI	610.88
Licencias Funcionamiento Municipal	250.00

Certificado de Defensa Civil	100.00
Habilitación sanitaria	450.00
Total Inversión en Constitución	2,235.88
Inversión en Alquiler	
1 Mes alquiler + 2 meses de garantía	6,000.00
Total Inversión en Alquiler	6,000.00
Total Inversión Intangible	9,235.88

Fuente: Elaboración Propia (2018)

4.1.2. Inversión Tangible

Para esta inversión se tomará en cuenta aquellos bienes que se pueden identificar de forma física como la maquinaria y equipo, mobiliario, útiles de oficina, etc. La inversión tangible para **MILAGROS EIRL.**, se encuentra conformado por la inversión de maquinaria y equipo, mobiliario, accesorios complementarios y artículos de oficina, los cuales suman un total de S/ **10,293.50**.

Tabla 57: Inversión tangible

Ítem	Unidad	Cantidad	Precio S/ Unitario	Total S/
Inversión en maquinaria y equipo				
Cosedora de sacos	Und	2	900.00	1,800.00
Balanza mecánica	Und	1	350.00	350.00
Balanza digital	Und	1	750.00	750.00
Computadora HP Core i7	Und	1	3,500.00	3,500.00
Impresora Láser HP	Und	1	950.00	950.00
Medidor de Humedad	Und	1	300.00	300.00
Sub Total inversión maquinaria y equipo				7,650.00
Inversión en Mobiliario				
Silla gerencial	Und	1	250	250.00
Escritorio oficina gerencia	Und	1	500	500.00
Sillones recepción	Und	3	150.00	450.00
Reloj	Und	1	35.00	35.00
Estantes para almacenamiento de metal	Und	10	70.00	700.00

SubTotal inversión mobiliario				1,935.00
Seguridad				
Extintor	Und	2	120	240.00
Botiquín	Und	1	100	100.00
Sub Total Seguridad				340.00
Útiles de limpieza				
Escobas	Und	2	10	20.00
Baldes	Und	2	15	30.00
otros	Und	1	100.00	100.00
SubTotal Accesorios complementos				130.00
Artículos de oficina				
Archivador	unidad	5	8	40.00
Papel Fotocopia A4	unidad	2	12	24.00
Lapiceros	unidad	5	2.00	10.00
Folders	unidad	50	1.00	50.00
Cuadernos A4	unidad	3	4.50	13.50
Sellos	unidad	2	20.00	40.00
Perforador	unidad	1	25.00	25.00
Engrapador	unidad	1	45.00	45.00
Cinta Masking	unidad	5	3.00	15.00
Plumones	unidad	3	2.00	6.00
Resaltadores	unidad	5	2.00	10.00
SubTotal Artículos de oficina				238.50
TOTAL INVERSIÓN TANGIBLE				10,293.50

Fuente: Elaboración Propia (2018).

4.2. Capital de Trabajo

Para el capital de trabajo se considerará todos los recursos que serán necesarios para iniciar las actividades del negocio.

El capital de trabajo para **MILAGROS EIRL.**, se encuentra conformado por insumos directos e indirectos, mano de obra directa e indirecta, beneficios sociales, gastos de promoción y venta, gastos administrativos e imprevistos, los cuales suman un total de S/ **118,362.31** además, se ha considerado el cálculo trimestral del capital de trabajo para respaldar las operaciones del negocio en su primer año.

Tabla 58: Capital de Trabajo

<i>Capital de Trabajo Trimestral</i>	Sub Total Mensual	Sub Total Trimestral
Insumos Directos	28,333.33	85,000.00
Insumos Indirectos	918.33	2,755.00
Mano de obra Directa e indirecta	4,540.00	13,620.00
Gastos de promoción y ventas	3,440.00	10,320.00
Gastos Administrativos	2,659.50	7,978.50
Imprevistos (10% del activo fijo total)	1,952.94	5,858.81
Total Capital de Trabajo S/.	41,844.10	125,532.31

Fuente: Elaboración Propia (2018).

Tabla 59: Capital de Trabajo: Insumos Directos e Indirectos

Ítem	Unidad	Cant	Precio Unitario S/.	Total Mensual S/.	Total Anual S/.
INSUMOS DIRECTOS					
Compra de tara al agricultor	Kilo	14167	2.00	28,333.33	340,000.00
Total compra de tara a agricultor				28,333.33	340,000.00
Sub Total insumos directos				28,333.33	340,000.00

Fuente: Elaboración Propia (2018).

Tabla 60: Capital de Trabajo: Mano de Obra Directa e Indirecta

INSUMOS INDIRECTOS					
Sacos de polietileno 50 kg	Unidad	283	1.00	283.33	3,400.00
Soguillas - Pita para coser sacos x Cono - Rafia	Unidad	10	3.50	35.00	420.00
Parihuelas	Unidad	20	30.00	600.00	7,200.00
Sub Total insumos indirectos				918.33	11,020.00

Fuente: Elaboración Propia (2018).

Tabla 61: Capital de Trabajo: Gastos de Promoción y Venta

Gastos de promoción y venta					
Ítem	Unidad	Cant	Precio Unitario S/.	Total S/./Mensual	Tota S/./Anual
Alquiler de transporte (incluye estibas y desestibas)		Und	6	3000.00	18000.00
Publicidad en Facebook y redes sociales		Días	30	3.00	540.00
Página Web		página web	1	350.00	350.00
Sub Total Gastos de promoción y venta				3,440.00	18,890.00

Fuente: Elaboración Propia (2018).

Tabla 62: Capital de Trabajo: Gastos Administrativos

Gastos de servicios						
Ítem		Unidad	Cant	Precio Unitario S/.	Total S/./Mensual	Tota S/./Anual
Alquiler del local		mensual	1	2,000.00	2,000.00	24,000.00
Luz		mensual	1	100.00	250.00	3,000.00
Agua		mensual	1	70.00	200.00	2,400.00
Internet , Teléfono y cable		mensual	1	120.00	150.00	1,800.00
Sub -Total Servicios básicos					2,600.00	31,200.00
Gastos de limpieza						
Ítem		Unidad	Cant	Precio Unitario S/.	Total S/./Mensual	Tota S/./Anual
Escoba y recogedor		Unidades	1	12.00	12.00	24.00
Bolsas negras		paquete por 30 bolsas	2	5.00	10.00	120.00
Balde		unidad	1	12.00	12.00	24.00
Papel toalla		paquete por 150 unidades	1	3.50	3.50	42.00
Paño multiusos		Pack por 12 unid.	1	7.00	7.00	84.00

Desinfectante de piso	Por 1 galón	1	7.00	7.00	84.00
Lavavajilla liquido	Galón por 5 lt.	1	8.00	8.00	96.00
Sub Total útiles de limpieza				59.50	474.00
Sub Total Gastos Administrativos				2,659.50	31,674.00

Fuente: Elaboración Propia (2018).

4.3. Inversión Total

Considerando todo lo presentado, la inversión total para el inicio de operaciones el primer año para **MILAGROS EIRL.**, es de S/.145,061.69, a continuación se presenta el resumen de la inversión requerida:

Tabla 63: Inversión total

INVERSIÓN TOTAL		Sub Total
Inversión fija		19,529.38
Inversión tangible	10,293.50	
Inversión intangible	9,235.88	
Capital de trabajo		125,532.31
TOTAL INVERSIÓN		145,061.69

Fuente: Elaboración Propia (2018).

4.4. Estructura de la Inversión y financiamiento

Considerando la inversión inicial total y los aportes de los socios, para el inicio de operaciones será necesario solicitar un préstamo.

Tomando en cuenta lo mencionado la estructura de inversión y financiamiento de **MILAGROS EIRL.**, será de la siguiente manera:

Tabla 64: Estructura de Inversión y Financiamiento

	US\$	%
Financiamiento Propio	105,061.69	72.4%
Financiamiento Externo	40,000.00	27.6%
Inversión Total	145,061.69	100.0%

Fuente: Elaboración Propia (2018)..

El aporte propio de los 2 accionistas es de S/ 105,061.69 (72.4%) y el financiamiento de S/. 40,000.00 (27.6%).

4.5. Fuentes Financieras

El préstamo se realizará en el Banco Interbank por medio del producto Préstamo Efectivo (<https://interbank.pe/prestamo-efectivo#!lq-pd-1>) ya que brinda las siguientes facilidades:

- Pre-aprobación online (formulario en línea)
- Préstamo hasta S/ 150,00.00 sin aval
- Tiempo para el pago del préstamo hasta de hasta 60 meses

Siendo los requisitos:

- Tener como máximo 72 años de edad.
- Presentar original y copia simple de tu documento de identidad, sustento de ingreso y tener buen comportamiento en el sistema financiero.
- Si eres casado(a), es necesario presentar también todos los documentos de tu cónyuge.
- Tener como mínimo 21 años de edad y percibir ingresos netos mínimos de S/1,000 en Lima y provincia.

4.6. Condiciones de Crédito

A continuación, se presenta las condiciones del crédito por los S/ 40,000.00

Tabla 65: Condiciones del financiamiento

Monto a financiar	US4	40,000.00
Tasa de interés anual	14.00%	
Tasa de interés equivalente	1.10%	
Tiempo de financiamiento	36	
Destino de crédito	Capital de trabajo	

Fuente: Elaboración Propia (2018). En base al simulador producto. Préstamo efectivo - INTERBANK

Tabla 66: Servicio de la deuda

MES	SALDO INICIAL	INTERES	AMORTIZACIÓN	TOTAL CUOTA
1	40,000.00	439.15	911.97	1,351.12
2	39,088.03	429.14	921.98	1,351.12
3	38,166.05	419.02	932.11	1,351.12
4	37,233.94	408.79	942.34	1,351.12
5	36,291.60	398.44	952.68	1,351.12
6	35,338.92	387.98	963.14	1,351.12
7	34,375.77	377.41	973.72	1,351.12
8	33,402.05	366.72	984.41	1,351.12
9	32,417.65	355.91	995.22	1,351.12
10	31,422.43	344.98	1,006.14	1,351.12
11	30,416.29	333.94	1,017.19	1,351.12
12	29,399.10	322.77	1,028.36	1,351.12
13	28,370.74	311.48	1,039.65	1,351.12
14	27,331.09	300.06	1,051.06	1,351.12
15	26,280.03	288.52	1,062.60	1,351.12
16	25,217.43	276.86	1,074.27	1,351.12
17	24,143.17	265.06	1,086.06	1,351.12
18	23,057.11	253.14	1,097.98	1,351.12

19	21,959.12	241.09	1,110.04	1,351.12
20	20,849.08	228.90	1,122.23	1,351.12
21	19,726.86	216.58	1,134.55	1,351.12
22	18,592.31	204.12	1,147.00	1,351.12
23	17,445.31	191.53	1,159.60	1,351.12
24	16,285.71	178.80	1,172.33	1,351.12
25	15,113.39	165.93	1,185.20	1,351.12
26	13,928.19	152.92	1,198.21	1,351.12
27	12,729.98	139.76	1,211.36	1,351.12
28	11,518.61	126.46	1,224.66	1,351.12
29	10,293.95	113.02	1,238.11	1,351.12
30	9,055.84	99.42	1,251.70	1,351.12
31	7,804.14	85.68	1,265.44	1,351.12
32	6,538.69	71.79	1,279.34	1,351.12
33	5,259.36	57.74	1,293.38	1,351.12
34	3,965.97	43.54	1,307.58	1,351.12
35	2,658.39	29.19	1,321.94	1,351.12
36	1,336.45	14.67	1,336.45	1,351.12
TOTAL		8,640.50	40,000.00	48,640.50

Fuente: Elaboración Propia (2018).

5. ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

En el presente capítulo, se desarrollará el plan financiero en el cual se conocerá los gastos para el negocio como los ingresos que se obtendrán, esta información será de suma importancia porque permitirá conocer si el negocio será rentable o no.

5.1. Presupuestos de los costos y gastos

En este punto se estimará el costo para la venta de los productos (tara por kilogramo), los cuales están integrados por los insumos directos e indirectos, mano de obra directa e indirecta, depreciación y amortización, además se tomará en cuenta los gastos administrativos, gastos de venta y promoción como los gastos financieros.

Tabla 67: Presupuesto de Costos y Gastos del Proyecto

Item	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de Insumos Directos	340,000.00	348,500.00	358,955.00	371,518.43	386,379.16
Costos de Insumos Indirectos	11,020.00	11,295.50	11,634.37	12,041.57	12,523.23
Costos de Mano de Obra Directa e indirecta	61,258.20	61,258.20	61,258.20	61,258.20	61,258.20
Costos de Depreciación	4,352.88	4,352.88	4,352.88	4,352.88	4,352.88
Gastos Administrativos	31,674.00	32,465.85	33,439.83	34,610.22	35,994.63
Gastos de Promoción y Venta	18,890.00	19,362.25	19,943.12	20,641.13	21,466.77
Gastos Financieros	4,584.24	2,956.14	1,100.11	0.00	0.00

Fuente: Elaboración Propia (2018).

A continuación, se presenta el cálculo de cada parte del presupuesto, tomar en cuenta que para la proyección de los años se está tomando en cuenta el crecimiento del sector:

Para la depreciación hay que tomar en cuenta que el cargo anual es igual para todos los años de la vida del activo, que al sumarla sería la depreciación anual pero la acumulada es diferente, por tal motivo, hay que mencionar que todos los activos tienen una vida útil mayor a 5 años por lo que la depreciación anual es la misma.

Tabla 68: Costos de Depreciación

Depreciación Equipos		2.50% 3% 3.50% 4%								
Ítem	Detalle	Vida útil (meses)	Valor S/.	Depre Mens.	Deprec. anual	1	2	3	4	5
1	Cosedora de sacos	60	1,800.00	30	360.00	360.00	369.00	380.07	393.37	409.11
2	Balanza mecánica	60	.350.00	6	70.00	70.00	71.75	73.90	76.49	79.55
3	Balanza digital	60	750.00	13	150.00	150.00	153.75	158.36	163.91	170.46
4	Computadora HP Core i7	60	.3,500.00	58	700.00	700.00	717.50	739.03	764.89	795.49
5	Impresora Láser HP	60	950.00	16	190.00	190.00	194.75	200.59	207.61	215.92
	Medidor de Humedad	60	300.00	5	60.00	60.00	61.50	63.35	65.56	68.18
Sub Total depreciación equipos						1,530.00	1,568.25	1,615.30	1,671.83	1,738.71

Depreciación mobiliario

Ítem	Detalle	Vida útil (meses)	Valor	Deprec. mensual	Deprec. anual	1	2	3	4	5
1	Silla gerencial	60	250.00	4	50.00	50.00	51.25	52.79	54.64	56.82
2	Escritorio oficina gerencia	60	500.00	8	100.00	100.00	102.50	105.58	109.27	113.64
3	Sillones recepción	60	450.00	8	90.00	90.00	92.25	95.02	98.34	102.28
4	Reloj	60	35.00	1	7.00	7.00	7.18	7.39	7.65	7.95
5	Estantes para almacenamiento de metal	60	700.00	12	140.00	140.00	143.50	147.81	152.98	159.10
Sub Total depreciación mobiliario						387.00	396.68	408.58	422.88	439.79

Fuente: Elaboración Propia (2018).

5.2. Punto de equilibrio

En este punto se determinará la cantidad de bienes y/o servicios que se deben vender en unidades y soles para poder cubrir los costos fijos totales, en este punto no se obtendrá ni ganancias ni pérdidas.

En el primer año el punto de equilibrio es de S/ 232,378 para cubrir los costos y gastos. El cálculo del punto de equilibrio de cada año se encuentra en anexos.

Ahora se presentará el punto de equilibrio en cantidades y soles:

Tabla 69: Punto de Equilibrio (cantidades)

TARA	Kg Tara
PRECIO DE VENTA UNITARIO	S/3.00
COSTO VARIABLE UNITARIO	2.00
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO	1.00
% DE PARTICIPACIÓN DEL PRODUCTO EN EL NEGOCIO	45%
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO UNITARIO	0.45

PUNTO DE EQUILIBRIO	COSTOS FIJOS	S/104,570	S/232,378
=	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONERADO UNITARIO	0.45	

Fuente: Elaboración Propia (2018).

5.3. Estado de ganancias y perdidas

Por medio del reporte financiero, Estado de Ganancias y Pérdidas, se conocerá la rentabilidad de la empresa proyectada para los próximos 5 años, considerando los ingresos, costos y gastos para poder determinar si se genera utilidades o pérdidas.

Tabla 70: Estado de Ganancias y Pérdidas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	S/. 510,000.00	S/. 522,750.00	S/. 538,432.50	S/. 557,277.64	S/. 579,568.74
Costo de Ventas	S/. 351,020.00	S/. 359,795.50	S/. 370,589.37	S/. 383,559.99	S/. 398,902.39
Utilidad Bruta	S/. 158,980.00	S/. 162,954.50	S/. 167,843.14	S/. 173,717.64	S/. 180,666.35
Gastos de Administración	S/. 43,303.26	S/. 45,723.21	S/. 48,553.21	S/. 34,610.22	S/. 35,994.63
Gastos de Ventas	S/. 18,890.00	S/. 19,362.25	S/. 19,943.12	S/. 20,641.13	S/. 21,466.77
Utilidad Operativa	S/. 96,786.74	S/. 97,869.04	S/. 99,346.81	S/. 118,466.30	S/. 123,204.95
Otros ingresos					
Utilidad Antes de Impuestos	S/. 96,786.74	S/. 97,869.04	S/. 99,346.81	S/. 118,466.30	S/. 123,204.95
Gastos Financieros	4,584	2,956	1,100		
Utilidad Antes de Impuestos	S/. 92,202.50	S/. 94,912.90	S/. 98,246.69	S/. 118,466.30	S/. 123,204.95
Impuestos (29.5%)	27,200	27,999	28,983	34,948	36,345
Utilidad Neta	65,002.76	66,913.60	69,263.92	83,518.74	86,859.49

Fuente: Elaboración Propia (2018).

De acuerdo a los resultados presentados, podemos observar que la empresa está generando utilidad todos los años y que estos van en aumento año tras año, en términos generales la empresa presenta un crecimiento económico constante, permitiendo que este sea rentable y viable.

5.4. Presupuesto de ingresos

En este punto se determinará los ingresos que se obtendrá por la venta de los diferentes productos que se manejará en **MILAGROS EIRL.**, los cuales serán proyectos en 5 años.

Tabla 71: Presupuesto de ingresos soles

Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tara x Kg					
Venta de 170 toneladas al año	510,000.00	522,750.00	538,432.50	557,277.64	579,568.74

Fuente: Elaboración Propia (2018).

5.5. Presupuesto de egresos

Este se encuentra conformado por los costos y gastos que serán necesarios para la producción y ventas de los diversos productos, los cuales incluyen los insumos directos e indirectos, mano de obra directa e indirecta como los gastos de promoción y ventas, gastos administrativos y gastos financieros.

Tabla 72: Presupuesto de Egresos (soles)

Ítem	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Insumos Directos	340,000.00	348,500.00	358,955.00	371,518.43	386,379.16
Insumos Indirectos	11,020.00	11,295.50	11,634.37	12,041.57	12,523.23
Mano de obra Directa e indirecta	61,258.20	61,258.20	61,258.20	61,258.20	61,258.20
Gastos de promoción y ventas	18,890.00	19,362.25	19,943.12	20,641.13	21,466.77
Gastos Administrativos	31,674.00	32,465.85	33,439.83	34,610.22	35,994.63
Gastos Financieros	4,584.24	2,956.14	1,100.11		
Total Egresos Anuales	467,426.44	475,837.94	486,330.62	500,069.55	517,621.99

Fuente: Elaboración Propia (2018).

5.6. Flujo de Caja proyectado

Para poder conocer la liquidez de la empresa se procederá a presentar dos tipos de flujo Económico y Financiero, para estos informes se tomará en cuenta toda la información desarrollada en puntos anteriores.

- Flujo de caja económico: efectivo recibido o expendido considerando los gastos en inversión de capital que beneficiarán el negocio a futuro. Tomar en cuenta que el último año hay un aumento de capital ya que se recupera la inversión inicial.
- Flujo de caja financiero: efectivo recibido o expendido como resultado de actividades financieras (préstamo).

Tabla 73: Flujo de Caja Económico

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ingreso por giro		510,000.00	522,750.00	538,432.50	557,277.64	579,568.74
Otros Ingresos						
Total Ingresos		510,000.00	522,750.00	538,432.50	557,277.64	579,568.74
Egresos						
Materia Prima directa		340,000.00	348,500.00	358,955.00	371,518.43	386,379.16
Materia Prima indirecta		11,020.00	11,295.50	11,634.37	12,041.57	12,523.23
Mano de Obra directa e indirecta		61,258.20	61,258.20	61,258.20	61,258.20	61,258.20
Gastos de Promoción y ventas		18,890.00	19,362.25	19,943.12	20,641.13	21,466.77
Gastos Administrativos		31,674.00	32,465.85	33,439.83	34,610.22	35,994.63
Depreciación		4,352.88	4,352.88	4,352.88	4,352.88	4,352.88
Total Egresos		467,426.44	475,837.94	486,330.62	500,069.55	517,621.99
Capital						
Inversión activo fijo e intangible	-9,235.88					
Capital de trabajo	125,532.31					
Flujo de capital	134,768.19					
Flujo de Capital Económico	134,768.19	42,573.56	46,912.06	52,101.88	57,208.09	61,946.75

Fuente: Elaboración Propia (2018).

Tabla 74: Flujo de Caja Financiero

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ingreso por giro		510,000.00	522,750.00	538,432.50	557,277.64	579,568.74
Otros Ingresos						
Total Ingresos		510,000.00	522,750.00	538,432.50	557,277.64	579,568.74
Egresos						
Materia Prima directa		340,000.00	348,500.00	358,955.00	371,518.43	386,379.16
Materia Prima indirecta		11,020.00	11,295.50	11,634.37	12,041.57	12,523.23
Mano de Obra directa e indirecta		61,258.20	61,258.20	61,258.20	61,258.20	61,258.20
Gastos de Promoción y ventas		18,890.00	19,362.25	19,943.12	20,641.13	21,466.77
Gastos Administrativos		31,674.00	32,465.85	33,439.83	34,610.22	35,994.63
Depreciación		4,352.88	4,352.88	4,352.88	4,352.88	4,352.88
Total Egresos		472,677.24	481,088.74	491,581.42	505,320.34	522,872.79
Capital						
Inversión activo fijo e intangible	-19,529.38					
Capital de trabajo	125,532.31					
Flujo de capital	145,061.69					
Préstamo	40,000.00					
Amortización		11,629.26	13,257.36	15,113.39		
Gastos Financieros (intereses)		4,584.24	2,956.14	1,100.11		
Efecto tributario del interés		1,375.27	886.84	330.03		
Flujo de Capital Financiero	105,061.69	26,360.06	30,698.56	35,888.88	51,957.30	56,695.95

Fuente: Elaboración Propia (2018).

5.7. Balance general

Por medio de este estado financiero se conocerá los activos, pasivos y patrimonio de la empresa en un periodo determinado. Se presenta el Balance General de **MILAGROS EIRL**

Tabla 75: Balance General al 30 agosto 2018

Activo Corriente		Pasivos	
Caja y bancos	97,198.98	Préstamos Bancarios	40,000.00
Existencias	28,333.33	Total Pasivo	40,000.00
Activo No Corriente		Patrimonio	
Muebles y equipos	10,293.50	Capital Propio	105,061.69
Activos Intangibles	9,235.88	Total Patrimonio	105,061.69
Total Activos	145,061.69	Total Pasivo + Patrimonio	145,061.69

Fuente: Elaboración Propia (2018).

En el activo corriente para Caja y Bancos está incluido el efectivo que se dispondrá para el pago de obligaciones y que asciende a 97,198.98.

Asimismo, el activo corriente está conformado por las existencias que sería los insumos directos e indirectos S/.28,333.33

Para los activos no corrientes tenemos los activos intangibles y los muebles, al sumar todos los activos tenemos la suma de S/ 19,529.38

La otra columna se encuentra conformada por el pasivo y patrimonio que asciende en S/ 145,061.69. El pasivo está conformado por el préstamo de S/ 40,000 realizado al Banco Interbank y el patrimonio por el capital propio, el cual está conformado por el aporte de los 2 accionistas que es S/ 105,061.69.

6. EVALUACIÓN ECONÓMICA

6.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición

Tabla 76: *Evaluación económica*

EVALUACIÓN ECONÓMICA	
VANE	s/. 29,293.38
TIRE	29.20%
B/C	1.74

Fuente: Elaboración Propia (2018)

En la tabla 76 muestra la evaluación económica de la empresa y como se puede notar el proyecto es económicamente rentable ya este cumple con las condiciones para que un proyecto sea aceptado pues se obtuvo un VANE de S/. 29,293.38, un TIRE de 29.20% comparado con el COK de 14.5% y un beneficio/costo económico de 1.74 cumpliéndose con las tres condiciones que hacen un proyecto rentable ($VAN > 0$, $TIR > COK$ y $B/C > 1$).

En la tabla 77 se puede observar el periodo de recuperación económico de la inversión considerando un CPPK de 19.13%. Por ende, actualizando los flujos al valor presente y considerando el costo promedio ponderado de capital, la inversión se recuperará aproximadamente en 35 meses aproximadamente.

Tabla 77: *Cálculo del WACC*

Calculo de la WACC

- Capital	64%
- Deuda	36%
- Ke	24%
- Kd	15%
- Tax Perú	30%
- WACC	19.13%

6.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición

En la tabla 78, el proyecto financieramente ha obtenido un VANF de S/. 159,177.99, un TIRF de 35.57% y un beneficio/costo financiero de 3.00, el cual efectivamente cumple con los indicadores de rentabilidad los cuales son VANF > VANE y el TIRF > TEA (tasa de interés anual bancario) y un beneficio/costo económico de “B/Cf” 2.07 > “B/Ce” 1.74. Comparando análisis económico y financiero en ambos casos el proyecto es viable.

Tabla 78: *Evaluación financiera*

EVALUACIÓN FINANCIERA	
VANF	s/.159,177.99
TIRF	35.57%
B/C	2.07

Fuente: Elaboración Propia (2018)

6.3. Evaluación Social

La Evaluación Social tiene como principales funciones el diseño, la coordinación y la evaluación de las políticas sociales del Gobierno, de modo de contribuir a mejorar la focalización del gasto social a través de la evaluación permanente de los programas que implementa el Estado.

Además, trabaja en el análisis de la realidad social por medio de encuestas y caracterización social, de manera de detectar las necesidades que tiene nuestro país, y así contribuir a sentar bases para la construcción de políticas públicas.

Con el objetivo de fomentar la inclusión social de los grupos más vulnerables, también toma por misión promover la participación de la sociedad civil y el sector privado en la generación de alianzas que favorezcan el desarrollo social del país.

Evaluación Social es el proceso de identificación, medición, y valorización de los beneficios y costos de un proyecto, desde el punto de vista del Bienestar Social.

Se utilizan los precios sociales a veces diferentes de los de mercado, y los precios de mercado de los bienes e insumos

Es importante considerar que esta función depende del nivel de bienestar (U) de cada integrante de la comunidad e incluye juicios de valor sobre la ganancia de bienestar social debida al aumento del bienestar individual de diferentes miembros de la economía.

El Estado y la inversión, en una economía social de mercado al Estado le corresponde un rol subsidiario, esto quiere decir, que deberá desempeñar básicamente un papel que incentive la participación del sector privado en la provisión de bienes y servicios.

6.4. Impacto Ambiental

La diversidad biológica puede conservarse con éxito y utilizarse de manera sostenible si existe la suficiente voluntad. Las personas están tomando medidas a nivel local, nacional y regional para salvar la diversidad biológica en todo el mundo.

El intercambio de experiencias e historias de éxito es importante para mantener el impulso. Que en realidad ya tratamos en profundizarla y que se deben de realizar ante las mejores prácticas.

Queremos mostrar una guía con las mejores prácticas y orientaciones sobre de qué forma emplearla de una manera renovadora y orientada a la sustentabilidad siguiendo el pensamiento estratégico en base al estudio del impacto ambiental.

Es importante que en todos los estudios de impacto ambiental, se manifiesten las normas de aspectos jurídicos consultados y pertinentes, con los distintos

componentes del entorno posiblemente afectados por el proyecto, como también, las relacionadas con las áreas de influencia del mismo.

La propuesta de una nueva cultura ambiental fundamentada en la educación, se argumenta con la adquisición de una conciencia pronaturaleza, con nuevos valores sociales donde prevalece lo colectivo sobre lo individual.

El objetivo de la evaluación del impacto ambiental es la sustentabilidad, pero para que un proyecto sea sustentable debe considerar además de la factibilidad económica y el beneficio social, el aprovechamiento razonable de los recursos naturales.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. CONCLUSIONES

- Se logró demostrar que el negocio planteado es rentable y viable económica y financieramente.
- La ubicación de mi local hace factible que mis clientes encuentren más fácilmente mi negocio por lo estratégicamente ubicado cerca al mercado de los productos o servicio
- Existe una franca demanda del producto en crecimiento, sobre todo por mercados externos como el de China, donde sus productores de artículos de cuero le dan tratamiento a la curtiembre con la tara en polvo como principal elemento.
- En la evaluación social, se tiene que la empresa impacta con sus productos y servicios coberturando a mil clientes en 5 años de operación de la empresa, asimismo, los proveedores, mano de obra, capitalistas y gerentes se benefician con sueldos, salarios, gratificaciones y beneficios respectivamente, cuyos ingresos servirán para cubrir sus gastos de alimentación, vestido, vivienda y educación.
- En la evaluación ambiental el plan considera planes de ahorro de suministros, (energía eléctrica, combustible papelería, agua) que consiste en la buena utilización, y que impactara positivamente en el uso sostenible de los recursos.

7.2. RECOMENDACIONES

- Para los que recién inician un negocio, se sugieren que sean muy cuidadosos a la hora de seleccionar la parte jurídica y los regímenes tributario y laboral por que por ese lado se puede aprovechar las ventajas y beneficios que ofrecen ese marco legal lo que permite ahorrar costos y tener la flexibilidad de contratar y descontratar sin que la empresa se perjudique sin liquidaciones.
- Se recomienda realizar un seguimiento permanente al mercado de destino del producto y a otros mercados con la posibilidad de ampliar el rango de acción y segmento de mercado a futuro.
- Se debe hacer un seguimiento muy cercado a los productores de tara, pues el comprador en el mercado de destino es exigente y además hay que cumplir con los requerimientos de los mercados de destino que es un tema muy delicado y que tener en cuenta.
- Es necesario que los empresarios de este rubro se asesoren técnica y administrativamente en los aspectos que no conocen para no arriesgar su comercialización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

Actualidad Empresarial. (2018). *pasos para registrar a una empresa en el REMYPE*.

Obtenido de <http://www.aempresarial.com/web/informativo.php?id=21015>

DEPERU. (2017). *Los Regímenes Tributarios de la SUNAT*. Obtenido de

<http://www.deperu.com/contabilidad/los-regimenes-tributarios-de-la-sunat-4834>

Deperu. (2017). *Régimen de Exportación Definitiva*. Obtenido de

<http://www.deperu.com/abc/exportacion/4324/regimen-de-exportacion-definitiva>

Diario La República. (15 de Febrero de 2018). *Perú creció 2,5% el 2017 y es por*

debajo de lo esperado. Obtenido de <https://larepublica.pe/economia/1197538-peru-crecio-25-el-2017-y-es-por-debajo-de-lo-esperado>

DIGESA, D. G. (2018). *Habilitación Sanitaria*. Obtenido de

<http://www.digesa.minsa.gob.pe/DHAZ/habilitacion.asp>

Economipedia. (2016). *Activos Tangibles*. Obtenido de Un activo tangible tiene una

forma física, es decir, son activos materiales que se pueden ver y tocar. Los activos tangibles en el ámbito empresarial incluyen tanto los activos no corrientes, como la maquinaria, los edificios y terrenos, los vehículos, et

García, A., Castillo, J., Carranza, L., & Masco, M. (2008). *DECRETO LEGISLATIVO QUE APRUEBA LA LEY DE PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD , FORMALIZACION Y DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA Y DEL ACCESO AL EMPLEO DECENTE*. Lima.

- ICEX. (2014). *Perfiles de los principales grupos de distribución agrolimentaria en Alemania*. Dusseldorf: Instituto Español de Comercio Exterior.
- ImpChina. (2016). *Protección de su inversión*. Obtenido de Protección de su inversión
- INDECOPI. (2016). *Registro de Marca y Otros Signos*. Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
- INDECOPI. (2018). *Búsqueda de antecedentes fonéticos*. Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/busqueda-de-antecedentes-fofneticos>
- INEI, I. N. (2018). *CIUU REV 4 - Clasificación Industrial Internacional Uniforme*. Obtenido de <https://proyectos.inei.gob.pe/CIUU/>
- Internacional, F. M. (17 de Abril de 2012). Recuperado el 08 de Junio de 2012, de Base de datos World Economic Outlook: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2012/01/weodata/weorept.aspx>
- Kotler, A., & Amstrong, L. (2003). *Marketing*. México: Mc Graw Hill.
- Lambin, J. (2009). *Dirección de Marketing*. México DF: McGraw Hill/Interamericana Editores, S.A.
- Legiscomex.com. (12 de Septiembre de 2013). *Legiscomex.com*. Obtenido de Legiscomex.com.
- Marco, E. (2009). *Guía de Acondicionamiento y Embalaje* . Lima: Serpost, El Correo del Perú.

McCarthy, J. (1990). *Basic Marketing. A Managerial Approach*. EEUU: Journal Management.

Mincetur. (2010). *Aprueban Reglamento de Restaurantes DECRETO SUPREMO N° 025-2004-MINCETUR*. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/prestadores_servicios_turisticos/REGLRESTAURANT_2004.pdf

Ministerio de Salud, M. (2005). *NORMA SANITARIA PARA EL FUNCIONAMIENTO DE RESTAURANTES Y SERVICIOS AFINES RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 363-2005/MINSA*. Obtenido de http://www.munives.gob.pe/WebSite/informeta20/NORMA%20SANITARIA%20PARA%20EL%20FUNCIONAMIENTO%20DE%20RESTAURANTES%20Y%20SERVICIOS%20AFINES%20%20RESOLUCION%20MINISTERIAL%20363-2005%20MINSAsfunc_restaurantes.pdf

Mintzberg, H. (1989). *Mintzberg on Management*. New York: The Free Press.

Municipalidad de Huanta. (2018). *Licencia de funcionamiento*. Obtenido de <https://munihuanta.gob.pe/licencia-de-funcionamiento/>

NACIONES UNIDAS. (2009). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU)*. Nueva York, EE.UU.

Parreño, J., Ruiz, E., & Cassado, A. (2013). *Dirección comercial: Los instrumentos del*. Madrid: Editorial Club Universitario.

Portal emprendedor pe. (13 de octubre de 2018). *EIRL: Características y beneficios*. Obtenido de <https://emprendedor.pe/primer-empresa/caracteristicas-empresa-individual-de-responsabilidad-limitada-eirl/>

RPP. (23 de Marzo de 2018). *Los cuatro lineamientos de gobierno anunciados por Martín Vizcarra*. Obtenido de <https://rpp.pe/politica/gobierno/los-cuatro-lineamientos-de-gobierno-anunciados-por-martin-vizcarra-noticia-1112407>

RPP NOTICIAS. (03 de Diciembre de 2015). *¿Sabías que obtener tu RUC como persona jurídica es gratis?* Obtenido de <http://rpp.pe/lima/actualidad/sabias-que-obtener-tu-ruc-como-persona-juridica-es-gratis-noticia-919058>

Santander. (2017). *Santander Trade*. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/paises-bajos/politica-y-economia>

SIICEX. (2016). *SIICEX*. Lima.

SUNARP. (25 de junio de 2018). *Cómo realizar la reserva de nombre de tu empresa en 24 horas*. Obtenido de <https://www.sunarp.gob.pe/PRENSA/inicio/post/2018/06/25/como-realizar-la-reserva-de-nombre-de-tu-empresa-en-24-horas>

Sunarp. (agosto de 3 de 2018a). *Constituye tu empresa en seis pasos*. Obtenido de <https://www.sunarp.gob.pe/PRENSA/inicio/post/2018/08/03/constituye-tu-empresa-en-seis-pasos>

SUNAT. (2016). *Concepto del Régimen Especial*. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-a-la-renta-empresas/regimen-especial-del-impuesto-a-la-renta-empresas>

SUNAT. (2016). *Concepto del Régimen Especial*. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-a-la-renta-empresas/regimen-especial-del-impuesto-a-la-renta-empresas>

SUNAT. (2016). *EXPORTA FACIL*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/pasos/paso1.pdf>

Sunat. (2017). *EXPORTACION DEFINITIVA*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/despa-pg.02.htm>

SUNAT. (2018). *Regymen Mype Tributario*. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimen-mype-tributario/6825-01-personas-comprendidas>

SUNAT. (2018a). *RÉGIMEN LABORAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>

Wenberger, K. (2009). *Plan de negocios, Herramienta para evaluar la viabilidad de un*. Perú: Mediacorp Peru.