



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

**EXPORTACIÓN DE BLUSAS DE ALGODÓN
PARA DAMAS A PANAMÁ**

**PRESENTADO POR
MILAGROS LISBETH CALLER DEPAZ**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

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

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

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

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



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

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**EXPORTACIÓN DE BLUSAS DE ALGODÓN PARA DAMAS A
PANAMÁ**

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

**PRESENTADO POR:
CALLER DEPAZ MILAGROS LISBETH**

LIMA, PERÚ

2020

DEDICATORIA

Dedicado a mis padres,
Andrés Caller y María Depaz,
por ser mi apoyo incondicional
en cada paso de mi carrera profesional.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	10
I. ESTRUCTURA DEL PLAN.....	12
II. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES.....	13
2.1. Nombre o razón social:.....	13
2.1.1. Inscripción de la Empresa en Registros Públicos.....	13
2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU).....	16
2.2.1. Actividad Principal	16
2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	17
2.3.1. Ubicación	17
2.3.2. Factibilidad municipal.....	20
2.4. Objetivos de la empresa, Principios de la empresa en marcha	20
2.4.1 Misión	20
2.4.2. Visión	20
2.4.3. Valores.....	20
2.4.4. Objetivo General	21
2.4.5. Principios de la empresa.....	21
2.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa, características	23
2.6. Estructura orgánica.....	24
2.7. Cuadro de asignación personal	28
2.8. Forma jurídica empresarial	28
2.9. Registro de marca y procedimiento en INDECOPI.....	30
2.10. Requisitos y Trámites municipales	32
2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC.....	34
2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).	36
2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.	39
2.14. Modalidades de Contratos Laborales.	40
2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.....	41
III. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL EXPORTACION.....	45
3.1.- Descripción del producto.....	45
3.1.1 Clasificación arancelaria.....	46
3.1.2. Propuesta de valor	48
3.1.3. Ficha técnica comercial.....	50
3.2.- Investigación del Mercado de Objetivo.....	51
3.2.1 Segmentación de mercado objetivo.....	56

3.2.2. Tendencias de consumo	65
3.3.- Análisis de la oferta y la demanda.....	66
3.3.1. Análisis de la oferta.....	66
3.3.2 Análisis de la demanda	71
3.4. Estrategias de Ventas y Distribución	76
3.4.1 Estrategias de segmentación	76
3.4.2 Estrategias de posicionamiento	79
3.4.3 Estrategias de distribución.....	81
3.5. Estrategias de Promoción	83
3.6.- Tamaño de planta. Factores condicionantes.....	86
4.- PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL	87
4.1. Envases, empaques y embalajes	87
4.1.1 Envases	87
4.1.2 Empaque	89
4.1.3 Embalaje.....	90
4.2. Diseño del rotulado y marcado	93
4.2.1 Diseño del rotulado	93
4.2.2 Diseño del mercado	93
4.3. Unitarización y cubicaje de la carga.....	95
4.4. Cadena de DFI de exportación/importación.....	97
4.4.1 Determinación del proveedor de producción	97
4.4.2 Determinación del medio de transporte y operador logístico.....	102
4.5. Seguro de las mercancías	108
5.- PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL	109
5.1.- Fijación de precios	109
5.1.1 Costos y precio.....	109
5.1.2 Cotización internacional.....	114
5.2.- Contrato de compra venta internacional (exportaciones/importaciones) y sus documentos	
115	
5.3 Elección y aplicación del Incoterm.....	117
5.4.- Determinación del medio de pago y cobro	121
5.5.- Elección del régimen de exportación o de importación	122
5.6.- Gestión aduanera del comercio internacional.....	123
5.7.- Gestión de las operaciones de exportación / importación: Flujo grama.....	126
5.8.- Gestión de las operaciones de producción del bien o servicio a ejecutar:	127

6.- PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	128
6.1 Inversión Fija	128
6.1 1 Activos tangibles	128
6.1 2 Activos Intangibles.....	129
6.2. Capital de Trabajo	130
6.3. Inversión Total.....	131
6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento.....	131
6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito.....	133
6.6. Presupuesto de costos	135
6.7. Punto de Equilibrio	137
6.8. Tributación de la exportación	137
6.9. Presupuesto de ingresos.....	137
6.10 Presupuesto de egresos.....	139
6.11. Flujo de caja proyectado	141
6.12. Estado de Ganancias y Pérdida	143
6.14. Evaluación de la Inversión	144
6.14.1.- Evaluación Económica.....	144
6.14.2. Evaluación Financiera	145
6.14.3. Evaluación social	145
6.14.4 Impacto ambiental.....	146
6.15.-Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo	146
6.16.-Cuadro de riesgo del tipo de cambio	147
7.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	149
7.1.- Conclusiones.....	149
7.2.- Recomendaciones.....	150
Referencias.....	151
Anexos:	153

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Pago De Derechos Registrales.....	14
Tabla N° 2: Pago por Elaboración de Minuta.....	15
Tabla N° 3: Pago a la Notaria.....	15
Tabla N° 4: Pago Derechos Registrales En Sunarp.....	16
Tabla N° 5: Actividad Principal Del Código Ciiu	16
Tabla N° 6: Factores Determinantes Para La Ubicación Del Local.....	17
Tabla N°7: Costos De Alquiler De Local Y Servicio.....	19
Tabla N°8: Cuadro Comparativo De Empresas Según Ley Mi Pyme.....	23
Tabla N°9: Asignación Personal-Regimen General.....	28
Tabla N° 10: Comparación Entre S.A.C. Y S.R.L.	29
Tabla N° 11: Aportes De Socios De La Empresa.....	30
Tabla N° 12: Procedimiento Para Obtener La Licencia De Funcionamiento.....	33
Tabla N°13: Costo Y Plazo Para Obtener La Licencia De Funcionamiento.....	34
Tabla N° 14: Impuestos A Pagar - Régimen Mype Tributario	35
Tabla N° 15: Renta Neta Anual	36
Tabla N°16: Registro De Planillas Electrónicas	37
Tabla N°17: Categoría De La Planilla Electrónica	38
Tabla N°18: Resumen De Régimen Laboral Especial Y General.....	40
Tabla N° 19: Clasificación Arancelaria De Prendas De Algodón Para Mujer En Panamá.....	46
Tabla N° 20: Aranceles aplicados de las prendas de algodón en destino	47
Tabla N° 21: Exportaciones de la partida 61061010 por descripción comercial.....	47
Tabla N° 22: Ficha Técnica Comercial	50
Tabla N° 23: Principales Importadores del continente americano de la partida 61061010 (En miles de dólares americanos)	51
Tabla N° 24: Exportaciones peruanas a nivel mundial de la partida 6106.10.00.90.....	52
(En dólares americanos)	52
Tabla N° 25: Exportaciones peruanas del año 2019 para la partida 6106.10.00.90.....	53
Tabla N° 26: Criterios de selección país proveedor	55
Tabla N° 27: Resúmenes estadísticos de la situación economía de Panamá	58
Tabla N° 28: Balanza Comercial Perú - Panamá 2015 al 2019 Ene-Dic (Expresado en miles de dólares).....	59
Tabla N° 29: Principales ciudades de Panamá y número de habitantes	60
Tabla N° 30: Información de la Ciudad de Panamá	61

Tabla N° 31: Criterios de selección del mercado	61
Tabla 32: Medición de mercado objetivo	62
Tabla 33: Determinación de la demanda	63
Tabla N° 34: Principales países exportadores de la partida 61061010	66
Tabla N° 35: Total de exportaciones peruanas de la partida 6106.10.00.90	67
Tabla N° 36: Empresas peruanas que comercializan la partida 6106.10.00.90 hacia el mundo ...	69
Tabla N° 37: Empresas peruanas que exportan la partida 6106.10.00.90 hacia Panamá	70
Tabla N° 38: Principales importaciones de Panamá de la partida 61061010 (Expresado en miles de dólares)	72
Tabla 39: Principales importaciones de Panamá de la partida 61061010	73
Tabla 40 Importaciones de la ciudad de Panamá 2013 al 2017 de la partida 6106100090 por aduana (Expresado en miles)	74
Tabla 41: Demanda de la ciudad de Panamá del 2013 - 2017 del producto P.A: 6106100090 (unidades)	74
Tabla 42: Métodos de mínimos cuadrados	74
Tabla 43: Demanda proyectada del mercado	75
Tabla 44: Unitarización de la carga	96
Tabla 45: Unitarización de la carga óptima	97
Tabla 46: Elección del proveedor para la maquila	98
Tabla 47: Rango de Tiempo de transporte	102
Tabla 48: Comparación de costos de Transporte	102
Tabla 49: Elección del Medio de Transporte	103
Tabla 50: Comparación de costos por Incoterm	103
Tabla 51: Elección del Incoterm	104
Tabla 52: Rango de Tiempo	105
Tabla 53: Cuadro comparativo de operadores logísticos	105
Tabla 54: Criterio para elección del Operador Logístico	106
Tabla 55: Costos logísticos de producción	107
Tabla 56 Costo logístico integral	107
Tabla 58: Información General	109
Tabla 59: Estructura de Costos	110
Tabla 60: Fijación De Precios – Incoterms	112
Tabla 61: Criterios para evaluar el precio de demanda y oferta	113
Tabla 62: Precios referenciales del valor unitario de exportación 2019 para el producto de la partida 61061010 - Panamá	113
Tabla 62: Ventajas y desventajas de transportes internacionales	118

Tabla 63: Comparación de costos por Incoterm	119
Tabla 64: Elección del Incoterm	119
Tabla 65: Cuadro comparativo de operadores logísticos	123
Tabla 66: Criterio para elección del Operador Logístico	124
Tabla 67: Activos tangibles	128
Tabla 68: Activos intangibles	129
Tabla 69: Capital de Trabajo	131
Tabla 70: Inversión Total	131
Tabla 71: Cronograma de Pagos del Préstamo	132
Tabla 72: Costos Fijos	135
Tabla 73: Costos Fijos	135
Tabla 74: Costos Variables	136
Tabla 75: Punto de equilibrio (soles)	137
Tabla 76: Ingresos Operativos	138
Tabla 77: Costos fijos	139
Tabla 78: Sueldos	139
Tabla 79: Costos Variables	140
Tabla 80: Flujo de Caja Económico	141
Tabla 81: Flujos de Caja Financiero	142
Tabla 82: Estado de Ganancias y Pérdida	143

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Ubicación de la empresa Caller Cotton SAC	18
Figura 2: Distribución de ambientes Caller Cotton SAC	19
Figura 3. Valores de la empresa Caller Cotton S.A.C.....	20
Figura 4. Principios de la empresa Caller Cotton S.A.C.....	21
Figura 5. Organigrama Caller Cotton SAC	25
Figura 6. Marca de la empresa Caller Cotton S.A.C.	31
Figura 7. Tipos de Contrato de Trabajo	41
Figura 8: Modelo del producto	45
Figura 9: Buyer persona.....	77
Figura 10: Modelo del producto	78
Figura 11: Segmentación de mercado	79
Figura 12: Vinculo de confianza con el cliente	80
Figura 13: Layout Caller Cotton SAC.....	86
Figura 14: Blusa de algodón con diseño.....	87
Figura 15: Envase Caller Cotton SAC	89
Figura 16: Empaque Caller Cotton SAC	90
Figura 17: cartón corrugado.....	91
Figura 18: Paleta de madera	91
Figura 19: Strech Film para asegurar las cajas.....	92
Figura 20: Rotulado de caja.....	95
Figura 21: Proceso de producción en la maquila	99
Figura 22 Cadena de distribución física internacional	101
Figura 23 Cotización Internacional.....	114
Figura 24: BusinexPort.....	118
Figura 25: Tarifas de operaciones al exterior BCP. Vía BCP, Cartilla Informativa.	122
Figura 26: Regímenes de Exportación.....	122
Figura 27: Proceso de producción del bien.....	127
Figura 28: SBS 2020.....	133
Figura 29: Contrato Crédito Negocios. Fuente BCP.	134

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad las industrias tienen un enfoque ecológico y de cuidado de la salud; debido a eso crece las exigencias del mercado por el uso de productos naturales, que contribuyan con la salud y el medio ambiente.

La presente investigación tuvo por objetivo determinar a través de un estudio de mercado la oportunidad de comercializar prendas para damas a base de algodón peruano con destino al sector textil de Panamá.

Un problema del mercado panameño es que se comercializa mucho las prendas chinas elaboradas con polyester y sintético, que al ser de un material de baja calidad tienen poca durabilidad, pésimo acabado y sobre todo es poco amigable a la piel; por otro lado, las grandes marcas americanas también comercializan sus productos, pero a un precio elevado y con poca variedad en los diseños.

Debido a esta necesidad nació la empresa CALLER COTTON SAC, que exportará prendas para mujeres a base de algodón natural y serán comercializarlas a través de las principales cadenas de Retails. Los productos a expender inicialmente serán las blusas de algodón elaboradas en Gamarra. Nuestra meta será capturar al mercado insatisfecho con un producto innovador, nuestros productos con fibras naturales tendrán mucho asertividad en las personas ya que contribuirán con el cuidado y la salud de la piel. También aprovecharemos el prestigio internacional ya ganado del algodón peruano y la creciente tendencia del mercado por el consumo y/o uso de productos que contribuyan a la preservación del medio ambiente y el desarrollo sostenible, además del algodón, con el uso de bolsas biodegradables y papel reciclado.

El mercado objetivo es la ciudad de Panamá, que es una de las ciudades principales del Hub de Latinoamérica. La operación logística integral será realizada por un operador logístico quien se encargará del transporte desde la salida del producto en

Lima hasta la entrega de la mercancía al puerto de destino - Puerto de Balboa. La exportación se hará con uno de los principales Retailers ubicado en la ciudad de Panamá y en todas las provincias. La forma de pago será por cobranza documentaria y la fijación de precios es por determinación de la demanda.

Finalmente, se analiza los estados financieros, flujos de cajas, análisis de sensibilidad que nos demuestra que el proyecto es viable para su elaboración.

I. ESTRUCTURA DEL PLAN

Socios Clave	Actividades Clave	Oferta de Valor	Relación con clientes	Segmentos de Mercados
<ul style="list-style-type: none"> - Maquiladores de Gamarra. - Centros de acopio - Organizaciones del Estado. PROMPERU, ADEX, MINCETUR. - Operador logístico. 	<ul style="list-style-type: none"> - Control de calidad de nuestras prendas. - Realizar buena gestión con nuestros proveedores (maquila) y proceso de control de calidad hasta llegar al consumidor final. - Plataforma de ventas - Mercadeo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Alta rotación. - Fácil Manipulación. - Innovador en diseños y modelos. - De alta calidad y precios accesibles. - Abastecimiento. - Calidad del producto frente al consumidor. - Confianza y prestigio del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Plataforma de ventas - Publicidad en las redes sociales - Servicio de Post Venta. - Promociones y regalos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nuestros potenciales clientes son los Retails de la ciudad de Panamá, a su vez una tienda virtual propia en Panamá. - Los consumidores finales son mujeres de edades entre 18 a 50 años. - Bróker y/o distribuidores ubicados en país de destino.
<p style="text-align: center;">Recursos Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Control de calidad - Empresa maquiladora de prestigio. - Infraestructura. - Personal especializado. 		<p style="text-align: center;">Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ferias internacionales en Panamá y otros países. -Página Web, Instagram, correo, redes sociales y WhatsApp. -Representantes comerciales 		
<p style="text-align: center;">Estructura de Costos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Costo de maquila. - Costos de exportación. - Costos de materiales indirectos. - Gastos de personal y gastos fijos - Gastos administrativos. - Gastos de ventas. 			<p style="text-align: center;">Fuentes de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Financiamiento del aporte propio de los accionistas. - Financiamiento del Banco de Crédito. 	

II. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

2.1. Nombre o razón social:

CALLER COTTON S.A.C fue la razón social elegida para la creación de la empresa, la cual tiene como objetivo mostrar al cliente el elemento principal de las prendas de algodón, a su vez cuenta con el primer apellido de su principal accionista.

CALLER COTTON, es el nombre comercial que se ha creado para que el cliente pueda identificar claramente el producto que se está comercializando a nivel internacional.

La empresa se crea a partir de la identificación de un nicho de mercado ya establecido y creciente, debido a las exigencias de las industrias por el uso de productos naturales, que contribuyen con el medio ambiente y la preservación de la salud, nuestra principal estrategia del producto es la innovación de valor y tendencia del mercado por productos naturales, a su vez el prestigio internacional ya ganado del algodón peruano, el cual genera una expectativa a los compradores por la calidad, suavidad y los diseños originales.

2.1.1. Inscripción de la Empresa en Registros Públicos

- a. **Búsqueda y reserva del nombre:** Como primer paso, verificamos que el nombre de la empresa **CALLER COTTON S.A.C** no esté inscrito por otras empresas en SUNARP. Asimismo, al buscar los nombres existentes, se debe asegurar de que éstos no se parezcan ni suenen igual al que se va a usar. El trámite de Reserva de Denominación o Razón Social se puede realizar a través del Servicio de Publicidad Registral en Línea (SPRL). De esta manera, se busca simplificar el

proceso de constitución de una empresa, sin necesidad de acudir a una oficina de la Sunarp. Una vez que se ha registrado la razón social, ninguna empresa podrá inscribirse con ese nombre, siendo efectiva la reserva por un plazo de 30 días. En el anexo 1 se muestra un modelo de la reserva de nombre.

Tabla N° 1: Pago De Derechos Registrales

Derechos Registrales	Costo S/.
Búsqueda	5
Reserva	20

Fuente: SUNARP

Elaboración Propia

El resultado de la búsqueda se da en promedio de 30 minutos y el resultado de la reserva de nombre se da en 24 horas.

b. Elaboración de la minuta: Este documento se elaborará con la asesoría de un abogado, que posteriormente deberá ser presentado a un Notario para su elevación ante la escritura pública. La minuta es el documento en el cual los miembros de la empresa manifestaremos nuestra voluntad de constituir la, y en donde se señalarán todos los acuerdos respectivos, como el porcentaje de participación de los socios.

En la minuta deben figurar:

- Los datos generales del miembro o miembros de la empresa: Nombres y apellidos, edad y número de DNI.
- El giro de la empresa: A qué se va a dedicar.
- El tipo de empresa: E.I.R.L, S.R.L, S.A o SAC.
- El tiempo de duración de la empresa: aquí se indica si va a funcionar por un plazo fijo o indeterminado.
- Cuando va a iniciar las actividades comerciales de la empresa.
- El lugar donde va a funcionar la empresa (domicilio comercial).

- Indicar quien va a administrar o representar a la empresa.
- Los aportes de cada miembro: los cuales pueden ser: Bienes dinerarios, como dinero, cheques, pagarés, letras de cambios, etc. y bienes no dinerarios como inmuebles o muebles tales como escritorios, sillas, etc.
- El capital social o patrimonio social de la empresa.

Tabla N° 2: Pago por Elaboración de Minuta

Descripción	Costo S/.
Elaboración de minuta	200

Fuente: Abogados

Elaboración Propia

c. Elevar la minuta a escritura pública:

Los socios de la empresa acudiremos y llevaremos la minuta al notario público para que la revise y la eleve a Escritura Pública. Una vez elevada la minuta, ésta no se puede cambiar. Al final, se genera la Escritura Pública, Testimonio de Sociedad o Constitución Social, mediante el cual se da fe de que la minuta es legal, debiendo ésta estar firmada y sellada por el notario público.

Los documentos que deberán llevarse junto con la minuta son:

- Constancia o comprobante de depósito del capital social aportado en una cuenta corriente bancaria a nombre de la empresa.
- Inventario detallado y valorizado de los bienes no dinerarios.
- Certificado de búsqueda y reserva del nombre emitido por la SUNARP.

Tabla N° 3: Pago a la Notaria

Descripción	Costo S/.
Servicios del Notario Público	210

Fuente: Notaria Urrutia

Elaboración Propia

d. Inscribir la escritura pública en la SUNARP: Una vez obtenida la escritura pública de constitución de la empresa, se deberá llevar a la SUNARP, junto con la copia del DNI de la persona que va hacer el trámite, en donde se presentará la solicitud de inscripción de título, y se pagará los derechos registrales. El documento ingresado se denominará “Título” y se le asignará un N° de solicitud, 17 con ello se puede hacer seguimiento a través de la página web de la SUNARP y en un plazo máximo de 24 horas el área registral calificará el documento, si el registrador público no encuentra ningún defecto en el título, se otorgará un número de partida, que es como el DNI de la empresa y un número de asiento de inscripción, en donde figura el estatuto de la empresa.

Tabla N° 4: Pago Derechos Registrales En Sunarp

Descripción	Costo S/.
1.08% UIT por derechos de calificación	46.44
3/1000 del valor del capital por derechos de inscripción: 3 soles por cada 1000 soles	240

Fuente: SUNARP

Elaboración Propia

2.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

2.2.1. Actividad Principal

Según indica el Sistema de Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU), el código de la actividad económica de **Caller Cotton SAC.**

Tabla N° 5: Actividad Principal Del Código CIIU

Descripción CIIU	
Clase: 4641	Venta al por mayor de productos textiles, prendas de vestir y calzado

Fuente: (INEI 2020)

Elaboración Propia

2.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

2.3.1. Ubicación

Para iniciar nuestras actividades del negocio, se ha visto por conveniente determinar la ubicación de la empresa, para ello se ha tenido en cuenta diversos factores de localización que serán decisivos a la hora de la elección, factores como el precio del alquiler, cercanía a los socios de la empresa, proximidad al puerto, a los proveedores; de esta forma se ha asignado niveles de prioridad que han determinado la ubicación más conveniente para la empresa.

Optamos por escoger 3 distritos como posibles puntos de ubicación, los cuales se detallan a continuación: San Miguel: A, Jesús María: B y Miraflores: C

Tabla N° 6: Factores Determinantes Para La Ubicación Del Local

FACTORES	PESO RELATIVO	CALIFICACIÓN (Escala de 1-5)			PONDERACIÓN		
		A	B	C	A	B	C
Cercanía de los socios a la empresa	0.25	5	3	4	1.25	0.75	1
Costo de alquiler	0.35	4	4	3	1.4	1.4	1.05
Cercanía al puerto	0.25	5	4	3	1.25	1	0.75
Cercanía a proveedores	0.2	4	3	4	0.8	0.6	0.8
Zona Segura	0.2	4	3	5	0.8	0.6	1
TOTAL	1				5.5	4.35	4.6

Fuente: Elaboración Propia

Al determinar los factores principales para la ubicación de nuestro local, determinamos que sería en el Distrito A el elegido, por tanto, **Caller Cotton SAC** estará ubicada en San Miguel, principalmente porque se ajusta a nuestro presupuesto, por otro lado, por la cercanía de los socios a la empresa, la cercanía al puerto de Callao como a Gamarra y por estar ubicada en una zona segura.

DETALLES DEL LOCAL:

- **DEPARTAMENTO:** LIMA
- **DISTRITO:** SAN MIGUEL
- **DIRECCIÓN:** Av. Bertolotto 270, San Miguel
- **COSTO DEL LOCAL:** \$400.00 mensuales (incluye pago de luz y agua)
- **METRADO DEL LOCAL:** 100 m² aprox. - **CANT. DE AMBIENTES:** 6 AMBIENTES (2 Oficinas, 1 almacén, 1 sala de reuniones, sala de descanso - kitchen y 1 baño)



Figura N° 1: Ubicación de la empresa Caller Cotton SAC

Fuente: Google Maps 2020

Elaboración Propia

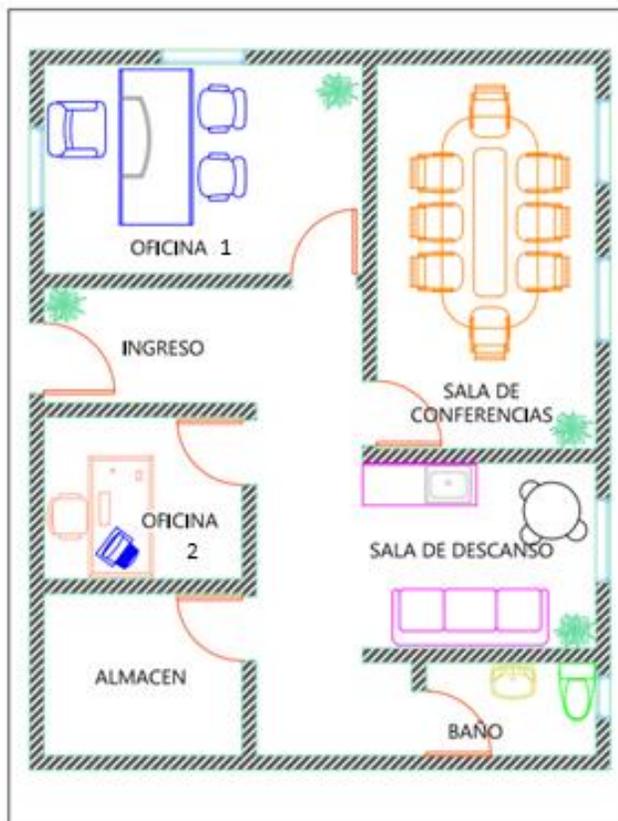


Figura N° 2: Distribución de ambientes Caller Cotton SAC

Elaboración Propia

A continuación, la siguiente tabla muestra el pago mensual por concepto de alquiler:

Tabla N°7: Costos De Alquiler De Local Y Servicio

Descripción	Costo (S/)
Pago de alquiler (GARANTIA)	S/. 1432 + Garantía S/ 1432
Pago de servicios	S/. 200

Tipo de cambio SUNAT: 3.58

Elaboración: Propia

2.3.2. Factibilidad municipal

Para el funcionamiento de la empresa, se necesita obtener el permiso municipal del distrito de San Miguel, lugar donde estará ubicada la empresa Caller Cotton SAC.

2.4. Objetivos de la empresa, Principios de la empresa en marcha Misión, Visión, Valores, Objetivos y Principios

2.4.1 Misión

Somos una empresa de exportación de prendas de algodón pima, comprometidos a satisfacer las necesidades de nuestros clientes desarrollando un producto de calidad con fibras naturales, acabados finos y con un precio competitivo en el mercado.

2.4.2. Visión

Ser una empresa sólida y líder en el mercado internacional, con un producto de calidad y al alcance de nuestros consumidores.

2.4.3. Valores



Figura N°3. Valores de la empresa Caller Cotton S.A.C

Elaboración Propia

2.4.4. Objetivo General

Determinar la viabilidad económica para las operaciones de exportación de prendas de algodón pima para mujeres hacia el mercado de Panamá.

Entre los principales objetivos específicos, se mencionan los siguientes:

- Obtener participación de mercado internacional de 0.20% para finales del 2022.
- Aumentar el nivel de nuestras ventas en 3% en el año 2023.
- Incrementar las ventas de nuestro producto del 2022 al 2024 a través de un incremento anual en gasto de ventas.
- Mantener una buena relación con nuestros proveedores logrando así líneas de crédito y formas de pago adecuadas para nuestro crecimiento como empresa.
- Contar con un personal altamente capacitado para el reconocimiento y negociación de las necesidades del mercado panameño.

2.4.5. Principios de la empresa



Figura 4. Principios de la empresa Caller Cotton S.A.C

Elaboración Propia

Los principios de la empresa son los siguientes:

- **Compromiso de las personas:** La empresa Caller Cotton SAC, está comprometida a brindar oportunidades de desarrollo y autorrealización entre el trabajador y la empresa, para que los objetivos de ambos pueda ser el crecimiento y potencial.
- **Calidad e Innovación:** Nuestro principal compromiso del producto es la calidad e innovación de valor, generando valor a los comprados por la calidad, suavidad y diseños originales de nuestros productos elaborados con algodón pima.
- **Compromiso con el Cliente:** Nuestra principal razón de ser, nuestro compromiso es conocer a nuestro cliente, para así poder satisfacer su necesidad y generar un vínculo de amistad y confianza a lo largo de tiempo.
- **Mejora Continua:** Utilizar de manera correcta los recursos y cumplir con nuestras tareas de una manera eficiente, realizar feedbacks que nos brinden información y retroalimentación para ubicar nuestras fortalezas como también debilidades y puntos de mejora. Aplicaremos el método de Kaizen.
- **Responsabilidad Ambiental:** Nuestra empresa contribuye a la preservación del medio ambiente y el desarrollo sostenible, ya que al ser nuestras prendas de algodón natural de alta calidad son menos desechables por lo tanto tienen mayor duración, evitando menos desperdicios; por otro lado, nuestros empaques de distribución serán con bolsas de papel recicladas que es una tendencia en el mercado.

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

Para el caso **Caller Cotton SAC**, tomando en cuenta el volumen de venta que calculamos se tendrá durante los primeros años, será una MYPE. Contaremos con 4 trabajadores a tiempo completo, sin embargo, según las necesidades que tengamos durante el tiempo que llevemos trabajando se podrá contratar más trabajadores.

Nos acogeremos a la Ley MYPE por el perfil del negocio, de acuerdo a nuestro nivel de ventas y número de trabajadores. De este modo la Ley MYPE califica a la microempresa como aquella que tiene ventas anuales hasta por un máximo de 150 UIT (S/.577, 500) y como pequeña empresa a la que vende entre 150 UIT(S/.577,500) y 1.700 UIT (S/.6'545.000).

Tabla N°8: Cuadro Comparativo De Empresas Según Ley Mi Pyme

MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Ventas anuales: 150 UIT	Ventas anuales: Más de 150 UIT y hasta 1,700 UIT
Remuneración Mínima Vital (RMV)	Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada de trabajo de 8 horas	Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados	Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo	Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de 15 días calendarios	Descanso vacacional de 15 días calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)	Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)
Ser afiliado a la ONP o AFP	Ser afiliado a la ONP o AFP
Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)	Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios

(con un tope de 90 días de remuneración)

Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)

Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad)

Derecho a participar en las utilidades de la empresa

Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.

Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

Fuente: (SUNAT, CIU, 2020)

Elaboración: Propia

2.6. Estructura orgánica

La empresa **Caller Cotton S.A.C.** se conformará por una Junta general de Accionistas, Gerente General, Gerente de Operaciones y Logística, Gerencia Comercial y un Asistente de operaciones. El personal de estas áreas es fijo y las áreas de contabilidad y maquilador serán tercerizados. El Gerente general también será el representante legal. La estructura orgánica se detalla a continuación:

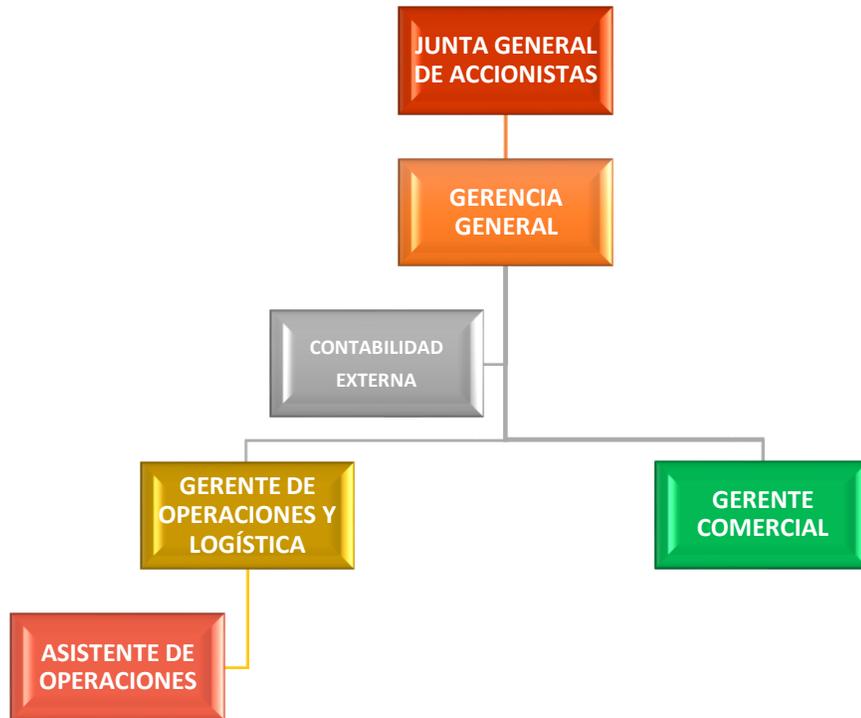


Figura 5. Organigrama Caller Cotton SAC

Elaboración propia

A continuación, se detallará las funciones que realizará cada personal en la empresa:

- **Junta general de accionistas**

- Nombramiento de gerencias
- Aumento o reducción del capital social
- Modificación en los estatutos
- Disolución, fusión y transformación de la sociedad
- Aprobar los estados financieros

- **Gerente General:**

Es el representante legal de Caller Cotton SAC., y está facultado para tomar decisiones de la empresa, referente a contratos, costos, aspectos financieros, el funcionamiento general de la organización y otras funciones que a continuación se detallará:

- Vela por el interés de la empresa
- Firma y autoriza pagar a los trabajadores cuando el caso lo requiera
- Planear y desarrollar, metas a corto y largo plazo, así como los objetivos y entregar las proyecciones de dichas.
- Crear y mantener buenas relaciones con las instituciones El cumplimiento de la legislación, estatutos y acuerdos financieros, personales y proveedores.

- **Gerente de Operaciones y Logística**

- Analiza y elige los proveedores con los que trabajaremos.
- Coordinaciones con el diseñador y maquilador.
- Organiza los tiempos de recepción y entrega del producto.
- Coordina las exportaciones y operaciones dentro de la empresa (entre el personal)
- Realiza la gestión de compras
- Establece lineamientos logísticos
- Planifica y organiza la cadena de suministros
- Coordina los aspectos de comercio exterior

- **Gerencia Comercial**

- Analiza el mercado, el sector y la competencia.
- Estima la demanda del mercado y obtiene el perfil del cliente.

- Analiza las tendencias.
- Desarrolla estrategias de posicionamiento.
- Busca distribuidores y negocia precios y condiciones.
- Planifica, diseña y realiza las acciones publicitarias.
- Establece estrategias de ventas.
- Realiza el seguimiento al servicio post – venta.
- Se requiere 1 año de experiencia en el giro del negocio.
- Tener manejo de redes sociales para captar nuevos clientes.
- Representante de la empresa en reuniones y eventos con clientes potenciales.
- Actualizar cada 2 o 3 semanas la página de Instagram y estar con los modelos y tendencias actualizados.

- **Asistente de Operaciones**

Será el soporte de área de operaciones y logística. Será también el responsable de las coordinaciones de los diseños, se encargará también de reunirse con el Gerente Comercial y de revisar las tendencias de moda en el país de destino para el lanzamiento de cada modelo de prenda.

- **Contabilidad (tercerización)**

- Elabora los estados financieros.
- Actualiza el libro contable.
- Calcula y se encarga del cumplimiento de las obligaciones tributarias.
- Formula el plan integral de acción financiera.
- Trabaja directamente con el área administrativa y financiera.
- Demostrar cómo está marchando la empresa contablemente.
- Nos indique los beneficios tributarios que hemos obtenido.
- Según el régimen que está constituida la empresa demostrarnos los pros y contras que tenemos para beneficiarnos o ser precavidos.
- Se requiere 3 años de experiencia.

2.7. Cuadro de asignación personal

La asignación del personal, se realizará con sueldos fijos en soles y los beneficios sociales en la empresa **Caller Cotton S.A.C.**

Nuestra Empresa se acogerá a la **ley No 28015** de la cual escogeremos el Régimen Laboral Especial, a continuación, se detalla el cuadro de asignación de personal:

Tabla N°9: Asignación Personal-Régimen General

Cargo	Sueldo Mensual	Gratificación (8,33%)	Vacaciones (4.16%)	CTS	ONP / AFP 13%	ESSALUD (9%)	Total Mensual	Total, Anual (S/)	Total, Anual (\$)
Gerente General	S/2,000.00	S/166.60	S/83.20	S/180.55	S/260.00	S/180.00	S/2,440.00	S/32,458.15	\$ 9,066.52
Gerente Comercial	S/1,800.00	S/149.94	S/74.88	S/162.41	S/234.00	S/162.00	S/2,196.00	S/29,213.63	\$ 8,160.23
Gerente de Operaciones	S/1,800.00	S/149.94	S/74.88	S/162.41	S/234.00	S/162.00	S/2,196.00	S/29,213.63	\$ 8,160.23
Asistente de Operaciones	S/1,500.00	S/124.95	S/62.40	S/135.41	S/195.00	S/135.00	S/1,830.00	S/24,345.20	\$ 6,800.33
Contador	S/380.00							S/4,560.00	\$ 1,273.74
Total	S/7,480.00							S/119,790.61	\$ 33,461.06

Elaboración Propia

Tipo de cambio SUNAT: 3.58

Como mostramos en la tabla anterior, hemos sacado los gastos mensuales y anuales del personal fijo; en cuanto al contador, optaremos por tener un servicio externo que también se ve reflejado en el cuadro en mención.

2.8. Forma jurídica empresarial

La forma jurídica de Caller Cotton SAC., será como Sociedad Anónima Cerrada, el cual contará con un Gerente General quien es la persona que funda la empresa junto con dos socios. El socio principal aportará el 50 % y los dos

socios restantes el 30% y 20% respectivamente, cada uno para el inicio de la empresa. Cabe indicar que una de las principales características de la SAC, es que puede tener de 2 a 20 socios.

Las razones por las que se escogió dicha forma jurídica, es debido a que es una modalidad adecuada para negocios pequeños, y están regulados bajo la Ley General 26887. Asimismo, las entidades bancarias aprueban de manera más rápida los créditos para el negocio. Como es una empresa nueva se tiene pensado en contar con un 70% del total de inversión, y obtener un financiamiento del 30% con el Banco de Crédito del Perú.

Tabla N° 10: Comparación Entre S.A.C. Y S.R.L.

	S.A.C.	S.R.L.
Semejanzas		
Tipo de persona	Persona Jurídica	Persona Jurídica
Número de socios	No más de 20 socios	No más de 20 socios
Estructura	Posee junta general de accionistas	Posee junta general de socios
Beneficio de responsabilidad limitada	Otorga el beneficio de la responsabilidad limitada a sus socios	Otorga el beneficio de la responsabilidad limitada a sus socios
Derecho de adquisición preferente	Otorga el derecho de adquisición preferente en caso de transferencia de acciones.	Otorga el derecho de adquisición preferente en caso de transferencia de participaciones
Exclusión de socios	En el estatuto se establecen causales de exclusión.	En el estatuto se establecen causales de exclusión.
Diferencias		
Capital social	Capital dividido en acciones, que pueden ser distintas clases.	Capital dividido en acciones, que pueden ser distintas clases.
Transferencia	La transferencia de acciones no requiere de escritura pública ni inscripción en Registros Públicos. Debe ser anotada en el Libro de	La transferencia de participaciones debe efectuarse por escritura pública e inscribirse en los Registros Públicos

Matrícula de Acciones de la
Sociedad.

Reserva legal	Obligada a efectuar reserva legal.	No está obligada a efectuar reserva legal.
Estructura	Puede prescindir del directorio.	No tiene directorio.

Fuente: (SUNAT, CIU, 2020)

Elaboración: Propia

Tabla N° 11: Aportes De Socios De La Empresa

Nombre del Accionista	Capital	Valor Nominal	Acciones	%
Primer Accionista	S/. 17, 900	10	1790	50%
Segundo Accionista	S/. 10, 740	10	1074	30%
Tercer Accionista	S/. 7,160	10	716	20%
Total, aporte propio	S/. 35,800		3,580	100%

Elaboración: Propia

2.9. Registro de marca y procedimiento en INDECOPI

Caller Cotton S.A.C. ingresará al mercado panameño con marca propia, que permita distinguirse de la competencia y permanecer en la mente del cliente. INDECOPI es la entidad encargada de otorgar el registro de marcas.

En la siguiente tabla se detallan los requisitos:

1. 03 ejemplares del formato de la solicitud. El formato de solicitud de registro de marcas se detallará en el anexo 03.
2. Indicar los datos de identificación del solicitante (RUC y datos de identificación del representante).
3. Señalar domicilio para envío de notificaciones en el Perú.
4. Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).
5. Consignar los productos que se desean distinguir (con el signo solicitado y clase).
6. Firmar la solicitud.
7. Adjuntar constancia de pago por derecho de trámite (13.90% UIT).

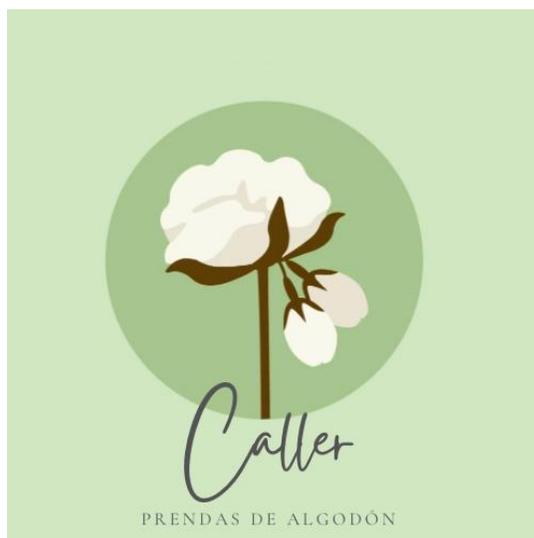


Figura 6. Marca de la empresa Caller Cotton S.A.C.

Elaboración: Propia

2.10. Requisitos y Trámites municipales

Requisitos para obtener la licencia de funcionamiento:

Como ya es de conocimiento, nuestras oficinas estarán ubicadas en el Distrito de San Miguel, para ello detallaremos los documentos requeridos para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento, serán exigibles como máximo, los siguientes requisitos:

1. Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada, en la cual se consignará lo siguiente:
 - Número de RUC y DNI o carné de extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
 - DNI o carné de extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas, u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen en representación.
2. Copia de la vigencia de poder del representante legal, en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
3. Declaración Jurada de observancia de condiciones de seguridad (hasta 100 m²) o ITSE de Detalle o Multidisciplinaria (más de 500 m²).
4. Pago de la tasa de acuerdo a lo especificado en el TUPA.
5. Adicionalmente serán exigibles los siguientes requisitos:
 - Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.
 - Informar sobre el número de estacionamientos de acuerdo a la normativa vigente, en la Declaración Jurada

- Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades conforme a Ley, la requieren de manera previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento
- Copia simple de autorización expedida por el Instituto Nacional de Cultura, conforme a la Ley N.º 28296. Ley General de Patrimonio Cultural de la Nación.

(*) DE ACUERDO A LA LEY N.º 28976. LEY MARCO DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO, NO ES NECESARIO UN CERTIFICADO DE ZONIFICACIÓN O COMPATIBILIDAD DE USO, PARA OBTENER LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO.

Para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento, la municipalidad evaluará los siguientes aspectos:

- Zonificación y compatibilidad de uso.
- Condiciones de Seguridad en Defensa Civil, cuando dicha evaluación constituya facultad de la municipalidad.

La licencia de funcionamiento se otorgará en el marco de un único procedimiento administrativo, con un plazo máximo para el otorgamiento de diez (10) días hábiles.

Tabla N° 12: Procedimiento Para Obtener La Licencia De Funcionamiento

Área de Establecimiento	Subgerencia de Licencias y Comercio	Subgerencia de Administración documentaría y Archivo	Subgerencia de Defensa Civil	Subgerencia de Licencias y Comercio licencias
	Orientación	Tramite	Inspección Técnica básica y Detalle	

HASTA 100M2 EX-POST (1)	Costo, duración, requisitos y formato gratuito. Zonificación y compatibilidad de uso entre el giro propuesto y la ubicación del establecimiento. Emite orden de pago de la tasa que incluye una verificación de condiciones de seguridad declaradas.	Recepciona, registra y deriva cuando cumple con los requisitos.	Realiza de manera aleatoria las inspecciones técnicas, básicas, posterior al otorgamiento.	Realiza la zonificación y compatibilidad de uso. Resuelve el procedimiento con la elaboración y suscripción de la resolución de procedencia y certificado de Licencia de Funcionamiento.
------------------------------------	--	---	--	--

Fuente: Municipalidad de San Miguel

Elaboración: Propia

Tabla N°13: Costo Y Plazo Para Obtener La Licencia De Funcionamiento

EX – POST:	COSTO	PLAZO MÁXIMO
Hasta 100 m².	S./ 39.50	10 DÍAS HÁBILES

Fuente: Municipalidad de San Miguel

Elaboración: Propia

2.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC

Modalidades

La empresa **CALLER COTTON SAC** será una persona jurídica con modalidad empresarial de Sociedad Anónima Cerrada, por tal motivo se puede acoger a los Regímenes tributarios Especial o General de impuesto a la renta o MYPE tributario. El régimen tributario con el cual se va trabajar en la empresa es el de Régimen MYPE tributario. Según SUNAT (2020), manifiesta que el régimen Mype tributario que comprende a personas jurídicas domiciliadas en el país y

cuyos ingresos netos no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable. Los requisitos para acogerse al régimen MYPE tributario.

Los requisitos para acogerse al régimen MYPE tributario es el siguiente:

1. Podrá acogerse con la declaración jurada mensual del mes de inicio de actividades (dentro de la fecha de vencimiento).
2. Si proviene del NRUS, podrá acogerse en cualquier mes del ejercicio gravable (mediante declaración jurada).
3. Si proviene del RER, podrá acogerse en cualquier mes del ejercicio gravable (mediante declaración jurada).
4. Si proviene del Régimen General podrá acogerse con la declaración jurada del mes de enero del ejercicio siguiente.

Las personas del régimen MYPE tributario, que, en cualquier mes del año, superen el monto de 1700 UIT de ingresos netos, determinarán el impuesto a la renta conforme al régimen general por todo el ejercicio fiscal gravable. La realización del pago de impuestos se hará mensualmente de acuerdo a los plazos establecidos en los cronogramas mensuales. La SUNAT aprueba mediante formulario virtual N° 621 – IGV Renta mensual, formulario virtual simplificado N° 621 IGV – Renta mensual, declara fácil y PDT 621. Los impuestos a pagar son los siguientes:

Tabla N° 14: Impuestos A Pagar - Régimen Mype Tributario

Ingresos netos anuales	Pagos a cuenta
Hasta 300 UIT	1%
>300 hasta 1700 UIT	COEF. 1.5%

Fuente: Elaboración propia en base a la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT)

También se presentará una declaración jurada anual que determina el impuesto a la renta, de acuerdo con tasas progresivas acumulativas que se aplican a la renta neta:

Tabla N° 15: Renta Neta Anual

Renta neta anual	Tasas
Hasta 15 UIT	10%
Mas de 15 UIT	29.50%

Fuente: Elaboración propia en base a la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT)

Procedimientos para obtener R.U.C.

Se puedes hacer este trámite por Mesa de Partes Virtual (MPV) o en persona, a través de su representante legal o tercero autorizado y cumpliendo algunos requisitos. Según SUNAT, (2020) se podrá hacer la inscripción en el RUC en cualquier centro de servicio al contribuyente.

El RUC entregado, consta de 11 dígitos de carácter permanente y de uso obligatorio en todo trámite ante SUNAT.

Se deberá presentar DNI del representante legal, así como la ficha o partida electrónica certificada por los registros públicos, con una antigüedad no menor a treinta (30) días calendario.

2.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).

Todas las empresas deben de contar obligatoriamente con un registro de planillas, para así poder realizar la declaración mensual ante la SUNAT, por tanto, mediante una plataforma de SUNAT se presenta a través de una planilla toda la información de empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, practicantes y personal de terceros que pertenecen a la empresa. Sin

embargo, existen dos componentes que son: el Registro de Información Laboral (T-Registro) y la Planilla Mensual de Pagos (PLAME).

A continuación, se procede a explicar cada punto para mayor detalle en el siguiente cuadro:

Tabla N°16: Registro De Planillas Electrónicas

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

Fuente: (SUNAT, 2020)

Elaboración: Propia

Tabla N°17: Categoría De La Planilla Electrónica

PLANILLA ELECTRÓNICA	
CATEGORÍA	DEFINICIÓN
EMPLEADOR	<p>Toda persona natural, empresa unipersonal, persona jurídica, sociedad irregular o, de hecho, cooperativa de trabajadores, institución privada, entidad del sector público nacional o cualquier otro ente colectivo, que remuneren a cambio de un servicio prestado bajo relación de subordinación. Adicionalmente, abarca a aquellos que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Paguen pensiones de jubilación, cesantía, invalidez y sobrevivencia u otra pensión. • Contraten a un prestador de servicios. • Contraten a un personal en formación, modalidad formativa. • Realicen las aportaciones de salud, por las personas incorporadas como asegurados regulares al Régimen Contributivo de la Seguridad Social en Salud, tales como los Pescadores y Procesadores Artesanales Independientes. • Realicen por destaque o desplazamiento, los servicios del personal de terceros. • Se encuentre obligado por el D.S. 001-2010-ED u otras normas de carácter especial, a abonar remuneraciones, CTS, bonificaciones y demás beneficios del personal de la Administración Pública que le sea asignado.
TRABAJADOR	<p>Persona natural que presta servicios a un empleador bajo relación de subordinación, sujeto a cualquier régimen laboral, cualquiera sea la modalidad del contrato de trabajo. En el caso del sector público, abarca a todo trabajador, servidor o funcionario público, bajo cualquier régimen laboral.</p>
PENSIONISTAS	<p>A quien percibe del empleador pensión de jubilación, cesantía, invalidez y sobrevivencia u otra pensión, cualquiera fuera el régimen legal al cual se encuentre sujeto y sea asegurado regular al ESSALUD.</p>

<p>PERSONAL EN FORMACIÓN, MODALIDAD FORMATIVA LABORAL Y OTROS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aquellos que prestan servicios bajo alguna de las modalidades formativas reguladas por la Ley N° 28518° o cualquier otra Ley Especial XX. • Aquellos que se encuentran bajo la modalidad de Servicio Civil de Graduandos (SECIGRA) en Derecho, regulada por el Decreto Ley N° 26113.
<p>PERSONAL DE TERCEROS</p>	<p>Al trabajador o Prestador de Servicios que sea destacado o desplazado para prestar servicios en los centros de trabajo, establecimientos, unidades productivas u organización laboral de otro empleador (declarante), independientemente del hecho de que ambos mantengan un vínculo jurídico.</p> <p>Cabe indicar que se informará en el T-REGISTRO siempre que el empleador del trabajador desatacado o desplazado no haya asumido el pago del Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR), siendo el pago asumido por el Declarante.</p>

Fuente: (SUNAT, SUNAT, 2020)

Elaboración: Propia

2.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

Con la Ley 28015, se crea el Régimen Laboral Especial, el cual fomenta la formalización y el desarrollo de las MICRO y PEQUEÑA EMPRESA, facilitándoles los derechos laborales y la seguridad social a los trabajadores y empleadores. Con este régimen laboral se puede contratar personal nuevo o incorporar en la planilla a aquellas personas que se encuentran laborando en la MICROEMPRESA.

Los trabajadores contratados bajo el Régimen Laboral General del D.S. N° 003-97-TR (T.U.O Decreto Legislativo 728), que sean despedidos con la finalidad exclusiva de ser reemplazados por otros trabajadores dentro del régimen laboral especial, tendrán derecho al pago de una indemnización especial de 02 remuneraciones mensuales por cada año laborado.

Para que se puedan acoger al régimen laboral especial, es necesario que se presente un formulario ante el Ministerios de Trabajo o en las Direcciones Regionales de Trabajo de la región.

Tabla N°18: Resumen De Régimen Laboral Especial Y General

REFERENCIA	RÉGIMEN GENERAL	RÉGIMEN ESPECIAL
Remuneración mínima	S/. 930	S/. 930
Jornada- horario	8 horas diarias o 48 semanales	8 horas diarias o 48 semanales
Descanso semanal y feriados	24 horas continuas y pago sobre tiempo	24 horas continuas y pago sobre tiempo
Vacaciones	1 sueldo	1/2 sueldo
Despido arbitrario	Una y media remuneración por año	Media remuneración por año
Es Salud	9%	9%
CTS	Atribuye	No Atribuye
Utilidades	Atribuye	No Atribuye
Gratificaciones	2 sueldos al año	No Atribuye
Asignación familiar	Atribuye	No Atribuye

Fuente: (SUNAT, SUNAT, 2020)

Elaboración: Propia

2.14. Modalidades de Contratos Laborales.

El contrato laborar es un acuerdo entre dos partes, (empleador y el trabajador), por el cual una de ellas (el trabajador) se compromete a prestar sus servicios en forma personal y remunerada, la otra parte (el empleador), se obliga al pago de la remuneración correspondiente, que en virtud de un vínculo de subordinación goza de las facultades directrices, es decir, dispone el horario de trabajo, sanciona a los trabajadores, entre otras.

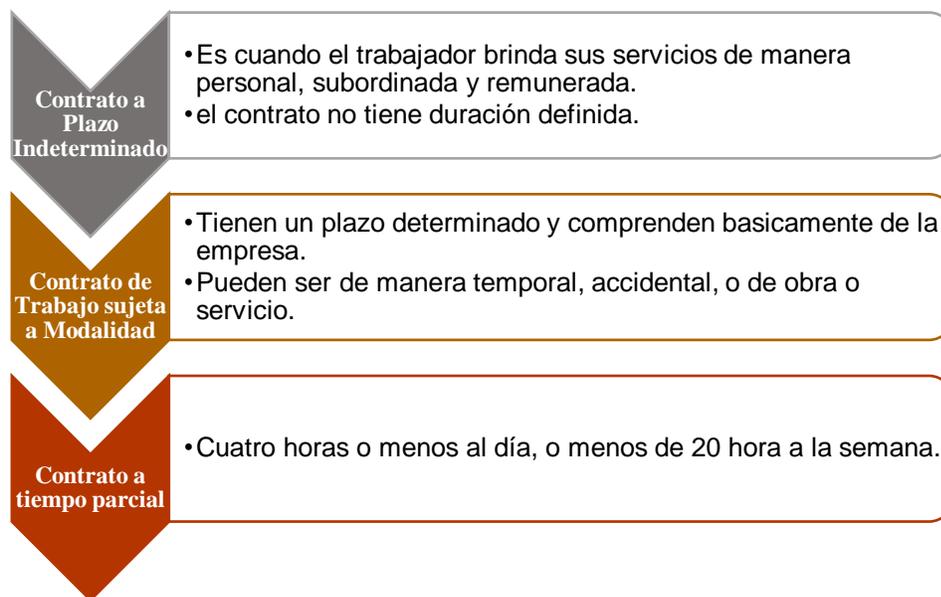


Figura 7. Tipos de Contrato de Trabajo

Elaboración: Propia

La modalidad que nuestra empresa **Caller Cotton SAC** se acogerá es el de contrato de trabajo sujeta a modalidad, es decir cada 12 meses los colaboradores firmarán la renovación de este según su desempeño, para los trabajadores en planilla.

Adicionalmente, para el caso del contador contará con un contrato de prestación de servicios que estará regido por un contrato intermitente, para los temas contables (contador externo) y el diseñador que será temporal, ya que será solo por moda y tendencia que será en el tiempo establecido. 2.15 Contratos comerciales y responsabilidad.

2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

La empresa Caller Cotton S.A.C. realizará contratos para la constitución de la empresa, los contratos de trabajo, los de compra y venta, con los proveedores, arrendamiento y de prestación de servicios.

- **Contrato de sociedad o acta constitutiva:**
Es un documento de constancia notarial donde se registrarán diferentes datos correspondientes a la formación de nuestra sociedad. Se detallará información sobre los integrantes de la sociedad, funciones de cada uno, firmas y demás información importante.

- **Contrato de trabajo:** Este tipo de contrato se celebrará con cada uno de los colaboradores, donde se indicarán los beneficios y obligaciones que tendrán para con la empresa y sus labores.

- **Contrato de Prestación de servicios:** Mediante el contrato de prestación de servicios se dejarán claras las obligaciones y derechos para con el servicio de asesoría en temas contables.

- **Contrato de compra venta:** La empresa **Caller Cotton S.A.C.** al realizar una venta celebrará un contrato con el comprador donde se indique las cláusulas de la modalidad de venta.

- **Contrato con proveedores:** Para el buen funcionamiento de la empresa, los proveedores son esenciales, por ello se debe tener una adecuada relación contractual con ellos. El contrato con proveedores debe tener información acerca del bien o servicio el cual nos provee, así como la responsabilidad de cada una de las partes que lo celebran. Es necesario llegar a un acuerdo y analizar los detalles que se podrían presentar en la relación como proveedores, así como también definir puntos importantes en cuanto a calidad, entrega, tiempo de entrega, presentación, etc.

- **Contrato de alquiler de local, Caller Cotton SAC.** alquilará un local en el distrito de San Miguel, para llevar a cabo las operaciones, en el contrato se determinarán derechos y obligaciones tanto para la empresa como para el arrendador.

Responsabilidad civil de los accionistas: Los accionistas de la empresa **Caller Cotton S.A.C.**, asumen con responsabilidad las acciones que desarrollan en la empresa. Según Ley general de sociedades, (2020) N° 26887, pone énfasis en los siguientes puntos:

- **Artículo 111.-**

Concepto La junta general de accionistas es el órgano supremo de la sociedad. Los accionistas constituidos en junta general debidamente convocada, y con el quórum correspondiente, deciden por la mayoría que establece esta ley los asuntos propios de su competencia. Todos los accionistas, incluso los disidentes y los que no hubieren participado en la reunión, están sometidos a los acuerdos adoptados por la junta genera.

- **Artículo 112.-**

Lugar de celebración de la Junta La junta general se celebra en el lugar del domicilio social, salvo que el estatuto prevea la posibilidad de realizarla en lugar distinto.

- **Artículo 114.-** Junta Obligatoria Anual La junta general se reúne obligatoriamente cuando menos una vez al año dentro de los tres meses siguientes a la terminación del ejercicio económico. Tiene como función:

- Informar sobre los resultados económicos del ejercicio pasado (estados financieros del ejercicio anterior)
- Determinar sobre las utilidades (si hubiere)
- Elegir los miembros del directorio y fijar su retribución
- Designar en el directorio a los auditores externos - Asuntos propios a su función conforme al estatuto.

- **Artículo 115.-** Otras Atribuciones de la Junta Compete, asimismo, a la junta general:

- Remover, designar o reemplazar a miembros de la junta
- Modificación del estatuto
- Aumento o disminución del capital
- Disponer de obligaciones o auditorías
- Acordar sobre la transformación, fusión, reorganización, disolución de la sociedad
- Resolver en los casos cuando el estatuto disponga su intervención.

- **Artículo 116.-** Requisitos de la convocatoria

El aviso de convocatoria de la junta general obligatoria anual y de las demás juntas previstas en el estatuto debe ser publicado con una anticipación no menor de diez días al de la fecha fijada para su celebración. En los demás casos, salvo aquellos en que la ley o el estatuto fijen plazos mayores, la anticipación de la publicación será no menor de tres días. El aviso de convocatoria especifica el lugar, día y hora de celebración de la junta general, así como los asuntos a tratar.

III. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL EXPORTACION

3.1.- Descripción del producto



Figura 8: Modelo del producto

Fuente: Elaboración Propia

La empresa **CALLER COTTON S.A.C.** a través de la marca Caller Cotton exportará prendas para damas elaboradas con nuestro algodón peruano, el cual tiene un prestigio ya ganado a nivel mundial; nuestras prendas se caracterizan por la calidad, suavidad y diseños originales con que fueron elaboradas, darán un toque de elegancia a la mujer como también contribuirán con el cuidado y salud de la piel ya que no generan alergias, es suave al tacto, e ideal para las largas temperaturas de calor que presenta Panamá durante todo el año, también favorecen a la preservación del medio ambiente y el desarrollo sostenible.

Por sus colores y diseños, calidad de las prendas, versatilidad, la exportación de prendas de algodón ha venido incrementándose los últimos años, sin considerar

este 2020 que por la recesión de la economía a consecuencia de la pandemia se tuvo una baja temporal; por otro lado en el informe de PromPerú los principales destinos para las prendas del algodón peruano son Estados Unidos, Venezuela, Brasil, Alemania, Panamá y Chile, además de considerar que grandes cadenas de Retails tienen maquilas en Lima - Perú, para distribución nacional e internacional.

3.1.1 Clasificación arancelaria

La clasificación arancelaria correspondiente a las prendas de algodón, es la siguiente:

Tabla N° 19: Clasificación Arancelaria De Prendas De Algodón Para Mujer En Panamá

En Perú (PAÍS DE ORIGEN)	
SECCIÓN: XI	MATERIAS TEXTILES Y SUS MANUFACTURAS
CAPÍTULO: 61	PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, DE PUNTO
61.06	Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, para mujeres o niñas.
6106.10.00.90	De algodón
En Panamá (PAIS DE DESTINO)	
61061010	Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, para mujeres, de algodón.

Fuente: SUNAT

Elaboración Propia

En la Tabla 19, se observa la sección, capítulo y código de la partida arancelaria a exportar, además se identificó la partida arancelaria de importación.

Tabla N° 20: Aranceles aplicados de las prendas de algodón en destino

Exportaciones peruanas a Panamá ingresarán con 0% de arancel.

Régimen arancelario	Arancel aplicado
Derechos MFN	15%
Arancel Preferencial para Perú	0

Fuente: Market Access (MACMAP)

Elaboración Propia

Tabla N° 21: Exportaciones de la partida 61061010 por descripción comercial

Razón Social	Descripción Arancelaria	Descripción Comercial 1
DISEÑO INDEPENDIENTE Y MODA SOCIEDAD	LAS DEMAS CAMISAS, BLUSAS DE PTO.DE ALGODON, PARA MUJERES O NIÑAS	BLUSAS EN ALGODON PARA DAMAS
RENACER AYACUCHANO S.R.L.	LAS DEMAS CAMISAS, BLUSAS DE PTO.DE ALGODON, PARA MUJERES O NIÑAS	POLO BASICO MC PARA DAMA 95% ALGODÓN 5% LYCRA TELA: FULL LICRA TALLAS: S - M - L SE ACOGE AL DRAWBACK
COFACO INDUSTRIES S.A.C.	LAS DEMAS CAMISAS, BLUSAS DE PTO.DE ALGODON, PARA MUJERES O NIÑAS	BLUSA PARA MUJER DE TEÑIDO DE COLO UNIFORME M-L 94% ALGODON, 6% SPANDEX MARCA: RUBEN BLADES
JORISA IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES S.A.C	LAS DEMAS CAMISAS, BLUSAS DE PTO.DE ALGODON, PARA MUJERES O NIÑAS	BLUSAS DAMA CAMPANA ALGODON PIMA 137.00 UNIDADES
NC INTERNATIONAL EXPRESS SAC	LAS DEMAS CAMISAS, BLUSAS DE PTO.DE ALGODON, PARA MUJERES O NIÑAS	BLUSAS P/DAMA DE ALGODON
GLOPAC S.A.C.	LAS DEMAS CAMISAS, BLUSAS DE PTO.DE ALGODON, PARA MUJERES O NIÑAS	BLUSAS PARA NIÑAS CON ENCAJE Y APLICACIONES EN ALGODON SINTETICO T/PUNTO
FREVER SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - FREVER S.A.C.	LAS DEMAS CAMISAS, BLUSAS DE PTO.DE ALGODON, PARA MUJERES O NIÑAS	BLUSAS PARA NIÑAS CON ACCESORIOS Y APLICACIONES

		EN ALGODON SINTETICO T/PUNTO BORDADOS
--	--	--

Fuente. ADEX DATA TRADE

Elaboración Propia

3.1.2. Propuesta de valor

En la actualidad las industrias a nivel mundial tienen un enfoque ecológico y de salud; Un problema del mercado panameño es que se comercializa mucho las prendas chinas elaboradas con polyester y sintético, que al ser de un material de baja calidad tienen poca durabilidad, pésimo acabado y poco amigable a la piel; por otro lado, las grandes marcas americanas también comercializan sus productos, pero a un precio elevado y con poca variedad en los diseños. Por lo tanto, existe un mercado insatisfecho. Debido a esta necesidad nació la idea de negocio, de exportar prendas para mujeres a base de algodón natural pima y comercializarlas a través de las principales cadenas de retails y tiendas comercializadoras. Nuestro meta será capturar al mercado insatisfecho con un producto innovador, nuestros productos con fibras naturales tendrán mucho asertividad en los compradores por la tendencia actual, la alta demanda y rotación del producto en el mercado.

A continuación, detallaremos la propuesta de valor para describir el desarrollo de cada una de las actividades de la empresa a través del Lienzo (Anexo 1) de la propuesta de valor.

Las alegrías del Cliente:

- Contar con una alta rotación del producto.
- La fácil manipulación de empaques, para la distribución y traslado.
- Un producto innovador que impacte al consumidor final, en diseños y modelos de acuerdo a la tendencia.
- Productos de alta calidad, como precios acordes al mercado.
- Confianza y prestigio del algodón peruano.

Frustraciones:

- El Trayecto marítimo de Perú a Panamá, que es un poco extenso.
- Las opciones serán limitadas según la necesidad del cliente, por ser un producto nuevo.
- Desconocimiento de la marca, al ser un producto nuevo al inicio.

Trabajo de Cliente:

- Tendrá una alta rotación del producto.
- Al ser un producto innovador y de alta calidad satisface a las expectativas del cliente final.
- Posicionamiento en el mercado ya que será un producto de alta calidad y acorde a las tendencias del mercado.
- La marca será reconocida por el público, por el prestigio ganado del algodón peruano.

Generador de Alegrías:

- La disponibilidad del producto en todo el año, ya que nuestros proveedores de Gamarra trabajan y cuentan con el material para todo el año.
- El prestigio del producto, debido a que el algodón peruano tiene mucho asertividad en el mundo.
- La variedad de Diseños innovadores y acorde a las tendencias del mercado.

Aliviadores de Frustraciones

- Contamos con la experiencia y Know - How de la exportación, eso permite un trabajo eficiente.
- Nuestras prendas son de alta calidad y de precios acorde al mercado.
- Contamos con diseños innovadores y modelos de acuerdo a la tendencia actual.
- Demanda durante todo el año, se podrá hacer reservas para asegurar los tiempos de entrega.
- Producto sostenible.

3.1.3. Ficha técnica comercial

Tabla N° 22: Ficha Técnica Comercial

FICHA TÉCNICA																																				
Nombre Comercial	Blusa de algodón pima para dama																																			
Otros nombres	Women´s Cotton Shirt																																			
Partida Arancelaria	6106.10.00.90 (Camisas, blusas y blusas, camiseras de algodón, para mujeres)																																			
																																				
Familia	Textiles vegetales																																			
Procedencia	Lima - Perú																																			
Características Generales	Es una prenda de vestir para damas de algodón, suave, fresco y con diseños originales, con un toque de elegancia e ideal para las largas temperatura de calor.																																			
Característica Especifica de Producto	Prenda de vestir de algodón para damas																																			
Descripción del Material	Fibras de algodón pima.																																			
Composición	Algodón peruano pima 95 - 100 %																																			
Forma de presentación	Las prendas deberán ser presentadas en bolsas polipropileno, etiquetadas (logo y talla) e incluido el han tag.																																			
Varietades del producto	Blusas de algodón	Blusas de algodón con encaje	Blusas de algodón más bordados																																	
Género	Prendas de algodón para mujeres																																			
Principales mercados	Estados Unidos, México, Francia, Venezuela, Chile, Ecuador, Cuba																																			
Ventana Comercial	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>Ene</th> <th>Feb</th> <th>Mar</th> <th>Abr</th> <th>May</th> <th>Jun</th> <th>Jul</th> <th>Ago</th> <th>Sep</th> <th>Oct</th> <th>Nov</th> <th>Dic</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>x</td> </tr> </tbody> </table>												Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic																									
x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x																									

Elaboración: Propia

3.2.- Investigación del Mercado de Objetivo

Para seleccionar el mercado objetivo, se realizó una búsqueda en portales web como SUNAT, TRADE MAP, SIICEX de donde se obtuvo información de la partida internacional 61061010.

Tabla N° 23: Principales Importadores del continente americano de la partida 61061010 (En miles de dólares americanos)

Importadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
Estados Unidos de América	410714	318442	300856	287717	267665
México	43535	36536	34100	30086	28089
Canadá	27466	23206	26572	26021	25060
Brasil	45628	14003	11386	18051	18365
Colombia	9808	6644	6586	6456	4921
Panamá	6715	6347	8750	6291	4151
Chile	4339	3593	3501	3852	3534
Costa Rica	4450	4159	3250	3757	3274
El Salvador	4579	7876	6220	3042	3023
Paraguay	3081	2609	3056	2918	2605
Uruguay	3738	2877	2930	3146	2344
Argentina	1673	3089	3190	2956	1904
Ecuador	2170	1319	1486	1325	1256
Perú	2021	1514	1658	1249	1062
Nicaragua	1801	1885	1165	910	1058
Honduras	1072	1167	1126	803	905
Venezuela	2194	1547	545	300	519

Fuente: Trade Map

Elaboración Propia

Como podemos observar en la Tabla 23, Panamá se encuentra en el sexto país de la lista de importadores bajo la partida arancelaria del producto y mantiene esta tendencia desde el año 2015 hasta el 2019 en el continente americano; de la misma manera se viene desarrollando la tendencia en los demás países que lo acompañan en la lista, Estados Unidos, México, Canadá, Brasil y Colombia. Esto significa que hay mercados atractivos con crecientes proyecciones para el producto. En el caso de

Panamá es un mercado atractivo para comercializar nuestras prendas, la principal estrategia que utilizaremos será la innovación de valor y tendencia al mercado de productos naturales, generando valor a los comprados por la calidad y precio del producto, como también el prestigio ya ganado del algodón peruano en el mercado internacional.

**Tabla N° 24: Exportaciones peruanas a nivel mundial de la partida 6106.10.00.90
(En dólares americanos)**

N°	País	Valor FOB USD. 2015	Valor FOB USD. 2016	Valor FOB USD. 2017	Valor FOB USD. 2018	Valor FOB USD. 2019	PROMEDIO ANUAL
1	Estados Unidos	8,365,975.30	2,442,459.76	2,442,459.76	2,587,644.08	1,569,478.93	3,481,603.57
2	Venezuela	392,775.87	394,919.41	71,288.90	50,628.36	382,040.20	258,330.55
3	Cuba	161,355.91	86,891.09	59,580.97	297,381.62	427,675.21	206,576.96
4	México	471,783.84	88,360.32	122,216.25	3,890.00	216,535.83	180,557.25
5	Brasil	307,316.26	111,219.81	1,499.96	277,506.04	135,054.15	166,519.24
6	Chile	13,215.17	19,950.64	40,349.86	11,933.38	627,750.75	142,639.96
7	Colombia	245,635.84	90,401.67	128,504.94	109,435.85	36,458.69	122,087.40
8	Ecuador	91,568.46	44,365.03	79,156.99	144,711.50	139,503.77	99,861.15
9	Japón	98,353.71	82,517.41	130,014.43	100,419.57	72,537.30	96,768.48
10	Italia	185,350.49	74,286.90	48,419.00	110,179.98	57,189.01	95,085.08
11	Francia	59,931.98	128,114.22	185,697.89	58,223.98	26,077.79	91,609.17
12	Argentina	79,375.86	56,081.24	55,415.15	109,435.85	107,731.53	81,607.93
13	Costa Rica	38,916.72	21,963.34	205,764.48	24,969.71	113,527.64	81,028.38
14	Reino Unido	108,020.90	24,735.45	124,296.03	18,226.35	5,104.50	56,076.65
15	Holanda	5,590.69	92,516.72	47,045.65	58,395.99	46,145.10	49,938.83
16	Canadá	73,738.26	65,242.18	31,689.78	62,392.68	13,267.66	49,266.11
17	Hong Kong	22,652.15	60,642.55	52,112.25	84,971.82	8,502.40	45,776.23
18	Alemania	43,780.77	71,051.80	102,727.02	4,513.40	4,245.20	45,263.64

19	Corea del Sur	37,415.41	48,937.42	29,241.88	35,018.65	2,615.81	30,645.83
20	Panamá	18,027.20	60,112.64	46,006.40	22,885.01	1,734.00	29,753.05
21	República Dominicana	97,016.36	14,276.22	593.90	1,150.95	222.48	22,651.98

Fuente: Siicex - Promperú

Elaboración Propia

En la Tabla 24, en cuanto a las exportaciones peruanas para el mundo de la partida **6106.10.00.90**, se puede deducir que destacan los países como Estados Unidos, Venezuela y Cuba entre otros. En cuanto a Panamá vemos que también tiene presencia tomando en cuenta el tamaño geográfico del país y el promedio de importación de la partida, sin embargo, a pesar que el año 2019 bajaron las importaciones observamos que años anteriores se mantuvo el promedio, por lo cual percibimos un mercado atractivo en el país Hub de las Américas.

Tabla N° 25: Exportaciones peruanas del año 2019 para la partida 6106.10.00.90

N°	País	Precio por Kg.	Peso Neto Kg.	Valor FOB USD.
1	Estados Unidos	54.53	28,783.45	1,569,478.93
2	Chile	262.23	2,393.92	627,750.75
3	Cuba	46.32	9,233.91	427,675.21
4	Venezuela	70.19	5,442.64	382,040.20
5	México	55.33	3,913.51	216,535.83
6	Ecuador	32.16	4,337.66	139,503.77
7	Brasil	49.73	2,715.81	135,054.15
8	Costa Rica	119.58	949.42	113,527.64
9	Argentina	55.96	1,925.28	107,731.53
10	Japón	39.68	1,828.02	72,537.30
11	Italia	97.73	585.2	57,189.01
12	Holanda	39.94	1,155.38	46,145.10
13	Colombia	29.71	1,227.31	36,458.69
14	Francia	63.62	409.92	26,077.79
15	Noruega	155.76	127.98	19,934.40
16	Bolivia	33.68	439.41	14,799.86
17	Canadá	50.41	263.21	13,267.66
18	Hong Kong	68.85	123.5	8,502.40
19	Isla de San Martín	60.11	89.83	5,400.00
20	Reino Unido	119.74	42.63	5,104.50

21	Alemania	31.51	134.73	4,245.20
22	Granada	33.49	116.21	3,891.49
23	Guatemala	19.37	190.14	3,683.36
24	España	22.47	125	2,808.75
25	Corea del Sur	58.82	44.47	2,615.81
26	Australia	25.65	100.15	2,569.10
27	Suiza	83.73	23.23	1,945.00
28	Panamá	27.06	64.07	1,734.00
29	Aruba	11.59	46.91	543.6

Fuente: Siicex - Promperú

Elaboración Propia

En la Tabla 25, observamos que gran parte de la producción nacional se destina a los países de Estados Unidos, por otro lado, Panamá también se encuentra en la lista a pesar de que el año 2019 bajo en las importaciones de la partida en mención, pero se mantuvo en las importaciones internacionales. También se observa que el precio FOB por kilo es mucho más barato que otros países, a excepción de Australia, eso sería una ventaja competitiva frente a otros países ya que en tema de precios es mucho más rentable la exportación; nuestra meta será recuperar ese mercado perdido. Para analizar la macro segmentación se evaluarán tres posibles alternativas a los cuales es viable derivar el producto como mercado de destino, es por ello que para validar la información se tomará la data de SUNAT, TRADE MAP, VERITRADE, CIA, CESCE, SIICEX y MACMAP.

Como se mencionó anteriormente los países con los cuáles se hará el análisis serán de acuerdo a la ubicación geográfica más cercana a Panamá: Colombia, Costa Rica y Panamá.

Continuando con el análisis y con el fin de ir definiendo la selección del mercado objetivo, se mostrará información a detalle de datos importantes de cada país como son la población, inflación, crecimiento del PBI, demanda de la partida, entre otros.

Tabla N° 26: Criterios de selección país proveedor

Criterios	Nivel de Importancia	Colombia	Valor	Puntaje	Panamá	Valor	Puntaje	Costa Rica	Valor	Puntaje
Tasa de inflación	9%	1.44%	1	0.09	0.40%	3	0.27	0.30%	4	0.36
Riesgo país	11%	BBB-/Negativo	3	0.33	BBB/Negativa	4	0.44	B/Negativo	1	0.11
Barreras Arancelarias	12%	15%	2	0.24	No tiene	4	0.48	29.95%	1	0.12
Barreras no arancelarias	9%	Regular exigencia	3	0.27	Regular exigencia	3	0.27	Regular exigencia	3	0.27
Preferencias Arancelarias	12%	0%	4	0.48	0%	4	0.48	0%	4	0.48
Acuerdo comercial	13%	Acuerdo Comercial Perú - Colombia	3	0.39	TLC Perú - Panamá	3	0.39	Acuerdo de libre comercio Perú - Costa Rica	3	0.39
PBI –per cápita	13%	\$ 6,432.40	1	0.13	\$ 16,245	5	0.65	\$ 12,238.40	3	0.39
PBI Total	12%	\$ 323,803.00	5	0.6	\$ 66,801.00	3	0.36	\$ 61,774.00	2	0.24
Población	9%	48,2 millones	5	0.45	4.5 millones	1	0.09	5 millones	2	0.18
Total	100%			2.98			3.43			2.54

Fuente: CIA, CESCE, MAC MAP, SIICEX

Elaboración Propia

3.2.1 Segmentación de mercado objetivo

3.2.1.1 Segmentación de mercado objetivo macro

a) Estructura política

El Gobierno de la República de Panamá es una democracia constitucional, en la que el presidente es tanto jefe de Estado como jefe de Gobierno. El presidente es elegido en sufragio universal directo, por un período de cinco años. Además del ejecutivo, el poder público lo ejerce el Estado por medio de los órganos legislativo y judicial.

Panamá tiene una estructura de gobierno sólido. Aunque existe cierto grado de desconfianza por el nivel de corrupción en las entidades públicas.

b) Finanzas del gobierno

Durante el periodo acumulado de enero a junio de 2020, los ingresos corrientes del Gobierno Central disminuyeron B/.1,154.4 millones (-34.1%) respecto al mismo periodo del año 2019. En los primeros seis meses de 2020 se recaudaron B/.2,231.1 millones, inferior a los B/.3,385 millones del mismo periodo de 2019.

Es importante reiterar que, en los meses de enero y febrero del 2020, antes de los impactos adversos del COVID-19, la recaudación de los ingresos corrientes arrojaba resultados favorables de 11.7% por encima de los presupuestado.

El saldo de la deuda pública panameña, al cierre de abril del presente año, se elevó a \$32,310 millones, un incremento que obedece a las actividades para manejar el impacto de la pandemia en la economía nacional. La deuda pública actual equivale al 53.2% del PBI.

c) Economía

Panamá es la economía número 77 por volumen de PIB. La última tasa de variación anual del IPC publicada en Panamá es de marzo de 2019 y fue del -0,2%. El PBI per cápita de Panamá, en 2019, fue de \$68 536 millones. El país estima que su PBI caerá 9 % este año, pero se expandirá 4 % en 2021.

PNUD colocó a Panamá en la posición número 67, como un país con un “alto” Índice de Desarrollo Humano (IDH). Además, Panamá se encuentra en el 79º puesto de los 190 que conforman el ranking **Doing Business**, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios.

El Índice de Percepción de la Corrupción del sector público en Panamá ha sido de 37 puntos, así pues, se encuentra en el puesto 93 del ranking de percepción de corrupción formado por 180 países.

Gran parte de la economía de Panamá es sostenida por el comercio global y la apertura de sus mercados. Su economía, orientada a los servicios, es un centro mundial para los negocios y la banca mundial. Panamá es reconocido por su banca, turismo, hotelería, proyectos inmobiliarios, ventas al por menor, servicios financieros y por supuesto servicios de transporte. La composición de las actividades económicas es la siguiente: Actividades primarias: 4.1 % del PIB. Actividades secundarias: 16.7 % del PIB. Actividades terciarias: 79.2 % del PIB.

d) Sociedad

Población

La población total panameña en el último año se ha incrementado, alcanzando los 4.5 millones de habitantes a mayo del 2020.

La tasa de natalidad en Panamá fue en 2019 de 18,7 (por cada mil personas), y el índice de fecundidad (número medio de hijos por mujer) de 2,46. La tasa de mortalidad llega a 5,1 (por cada mil personas). La población femenina total abarca el 49,9%, casi la mitad de la población. Según los últimos datos publicados por la ONU en Panamá se han identificado 185.072 de inmigrantes, lo que supone un 4,45% de la población de Panamá. La inmigración masculina es superior a la femenina en un 2%.

Ingresos y gastos

Por primera vez Panamá ha sido clasificada como una nación de altos ingresos, por parte del Banco Mundial (BM), una exclusiva lista donde se incluyen países con un ingreso nacional bruto per cápita superior a \$12,055. El costo de vida en Panamá es el 4º más caro de América Latina.

En Panamá la población económicamente activa es de 2,066,753 habitantes. La tasa de ocupación laboral alcanzó el 92,9% al 2019. La tasa del desempleo marcó el 7%. Pese al alto grado de ocupación laboral, muchas de las personas lo hacen de manera informal, por lo que la tasa de informalidad en el país ha llegado al 44.9%.

Para realizar cualquier tipo de plan de negocio o acuerdo comercial, en primera instancia debemos analizar en qué situación se encuentra la economía del país de nuestro mercado objetivo.

En la siguiente tabla observaremos los resúmenes estadísticos de la situación actual de la economía panameña.

Tabla N° 27: Resúmenes estadísticos de la situación economía de Panamá

	2015	2016	2017	2018	2019
Inflación (%)	0.1	0.7	0.9	0.8	-0.4
Promedio anual)					
Tasa de cambio	1	1	1	1	1
(por US \$)					
Tasa de interés real	4.9%	5.4	5,7	7.2	7,5
PIB (% de	5.7	5	5.6	3.7	3
crecimiento real)					
PIB (% de crecimiento	8.4	7.2	7.4	4.7	2.6
nominal)					
Exportaciones	26,074	25,210	27,143	28,539	28,312
totales (millones de					
dólares)					

Importaciones	27,365.60	25,475.00	26,951.30	28,902.00	27,378.20
totales (millones de dólares)					
Población de 15-59 años	2,491,308.0	2,531,151.0	2,569,960.0	2,607,582.0	2,643,974.0
Población femenina	0	0	0	0	0
Tasa de Participación Laboral (cantidad en población)	1,979,709	2,010,999	2,042,050	2,072,833	2,103,350
	1,826,111.0	1,873,655.0	1,902,477	1,986,940.0	2,066,753.0
	0	0		0	0

Fuente MINERPA – Banco Internacional de Desarrollo Panamá 2020

Elaboración: Propia

e) Intercambio Comercial Perú - Panamá

Tabla N° 28: Balanza Comercial Perú - Panamá 2015 al 2019 Ene-Dic (Expresado en miles de dólares)

Año	2015	2016	2017	2018	2019
Exportaciones	444,006	556,942	930,897	226,128	475,185
Totales					
Importaciones	98,789	94,725	44,062	20,922	26,059
Totales					
Balanza Comercial	345,217	462,217	886,835	205,206	449,126

Fuente: (Adex Data Trade, 2020)

Elaboración propia

Según, Adex Data Trade, (2020), como se ve en el cuadro anterior, durante los años 2015 hasta el 2019 el Perú ha tenido un constante intercambio comercial con Panamá, tanto en importación como en exportación en montos variables cada año.

3.2.1.2 Segmentación de mercado objetivo micro

Luego de la evaluación en base a criterios específicos y obteniendo a Panamá como país de destino del producto a Panamá, a continuación, se evaluará de manera detallada las principales ciudades de dicho país, identificando el más resaltante para seleccionar el mercado objetivo.

Tabla N° 29: Principales ciudades de Panamá y número de habitantes

Nombre	Población
Panamá ciudad	2,262,797
Chiriquí	464,538
Colón	298,344
Coclé	266,969
Santiago de Veraguas	248,325
Bocas del Toro	179,990
Herrera	118,982
Los Santos	27,323

Fuente MINERPA – Banco Internacional de Desarrollo Panamá 2020

Elaboración: Propia

Según, El Banco Internacional de Desarrollo de Panamá, como se puede observar en la tabla anterior entre las 3 principales ciudades se encuentra Panamá City que incluye a Panamá Oeste con más de 2 millones de habitantes, seguido por la ciudad de Chiriquí que se encuentra al oeste de la capital que no llega al millón y Colón ubicada al norte. Estas 3 ciudades son las que poseen un mayor número de habitantes entre todas las demás y la cuales tomaremos como datos para nuestra evaluación de mercado.

A continuación, se detalla una tabla con los principales indicados del país y la ciudad en destino:

Tabla N° 30: Información de la Ciudad de Panamá

Indicadores	Panamá ciudad	Chiriquí	Colón
Población	2,262,797	464,538	298,344
Edades (15- 59 años) Mujeres	1,138,525	231,348	147,250
Población empleada de (16 a más)	1,920,642	140,072	139,556
Ingreso por hogares anual	27, 083.33	19,500	20,500
Ingreso Per cápita	15,834	3,196.2	22,274.5
Demanda (Valor FOB \$) partida 61061010	88,015.90	240.00	60,509.94

Fuente MINERPA – Banco Internacional de Desarrollo Panamá 2020, Adex Data Trade

Elaboración: Propia

Tabla N° 31: Criterios de selección del mercado

Calificación: 1 muy malo – 5 muy bueno

Criterios	Nivel de Importancia %	Chiriquí	Puntaje	Panamá		Colón	Puntaje
				City	Puntaje		
Población	10%	3	0.3	4	0.4	2	0.2
Edades mujeres (15-59 años)	15%	3	0.45	4	0.6	2	0.3
Población empleada de (16 a más)	15%	3	0.45	4	0.6	2	0.3
Ingreso por hogares de (35,000 - 100,000) anual	20%	2	0.4	4	0.8	3	0.6
Ingreso Per cápita	20%	2	0.4	3	0.6	4	0.8
Demanda	20%	2	0.4	4	0.8	3	0.6
Total	100%		2.4		3.8		2.8

Fuente MINERPA – Banco Internacional de Desarrollo Panamá 2020, Adex Data Trade

Elaboración: Propia

Del análisis realizado en la tabla anterior, se muestra que la Ciudad de Panamá, obtuvo mayor puntaje que la Ciudad de Colón y Chiriquí. Para cada indicador objeto de estudio, se utilizó información del Banco Internacional de Desarrollo de Panamá y de Veritrade; de acuerdo al nivel de importancia que tiene cada uno según nuestro criterio se calificó a cada alternativa de mercado objetivo.

Así mismo; el análisis muestra que la Ciudad de Panamá tiene una demanda creciente respecto a la exportación del producto que ofrecemos y la saturación del mercado es bastante bajo; lo cual ayudará a crear nichos de mercados crecientes.

Según, se muestra la información detallada de la ciudad que se exportaran las prendas de algodón, en el cual se tiene información general de su población, geografía, aeropuertos, entre otros.

Tabla 32: Medición de mercado objetivo

El mercado objetivo para la exportación de nuestro producto se ha segmentado de la siguiente manera:

Criterios	2019
Población de Panamá	4,278,500
% poblacional	53%
Ciudad de Panamá ciudad	2,262,797
% poblacional empleada	85%
Población empleada	1,920,642
% Población mujeres (15-59 años)	50%
Población mujeres (15-59 años)	1,138,525
Mercado disponible (n)	1,138,525
Consumo per cápita (q)	6
Demanda potencial (Q)	6,831,150
Importaciones de Panamá City	4,151,000
Exportaciones de Panamá City	1,015,00
Demanda insatisfecha	4,595,150
Cuota de mercado %	0.22%
Cantidad a exportar	5,000

Elaboración propia

Una vez que se tiene los datos específicos en la tabla, se puede observar que “q” es la cantidad en unidades comprada anualmente por persona, es de 6 unidades por año y que la demanda potencial del mercado es de 6,831,150.

La demanda potencial es una demanda estimada que muestra hasta donde puede crecer el mercado comparándose con otras realidades, para ello es necesario contar con datos como la cantidad de población, consumo per cápita, hábitos de compra, patrones de consumo entre otros. Lo dicho hasta aquí supone que se haga una explicación más específica de la información, más aun tomando en cuenta que el micro mercado objetivo es la ciudad de Panamá, en la siguiente tabla se muestra información específica de dicha ciudad.

Tabla 33: Determinación de la demanda

Demanda potencial (Q)	6,831,150
Importaciones de Panamá City	4,151,000
Exportaciones de Panamá City	1,015,00
Demanda insatisfecha	4,595,150
Cuota de mercado %	0.22%
Cantidad a exportar	5,000

En la tabla se muestra que la demanda insatisfecha es de 4,595,150 unidades, para la determinación de dicha demanda, se ha sumado a la demanda potencial, la importación, y se le ha restado la exportación obteniendo la demanda insatisfecha. La cuota de mercado de la empresa es el 0.22 % y la demanda a exportar el primer año es de 5,000 unidades.

Tabla 34: Principales clientes, distribuidores de Panamá City de blusas de algodón para damas

Nombre de la empresa	Dirección	Teléfono	Ciudad
Almacén El Éxito, S.A.	Avenida Balboa NO. 13A-15	(+507) 262 - 8640	Panamá City
Confecciones Industriales Panameñas S.A.	Via España, Despues del Edif. de la Caja de Ahorros	(+507) 264 - 8191	Panama City
Cruisers de Panama, S.A.	Calle Avenida Ramón Arias Edificio Plaza Las Veraneras Local 3	(+507) 6947754	Panama City
Ben Betesh Internacional S.A.	Via España	210-3797	Panama City
Consultores Administrativos y Asociados, S.A.	Av 12 de Oct Y Vía España	(+507) 224 - 9732	Panama City
Importadora Maduro, S.A. - Imsa	Calle Martin Sosa, Panama City	(+507) 207-9900	Panama City
L BEL Paris SA	Punta Pacífica	(+507) 215 - 5900	Panama City
Ralph Lauren Américas S.A.	Costa del Este	(+507) 306 - 7600	Panama City
Distribuidor el Bisonte S.A	Bella Vista Calle 44 Condominio Visbella Local No.1	(+507) 6617 - 7880	Panama City

Fuente: Trade Map - Adex

Elaboración Propia

En la tabla 34, se observan los distribuidores de prendas de blusas y demás prendas de algodón para mujeres en Panamá los cuales son nuestros clientes potenciales, ya que podrían comercializar nuestro producto en toda la ciudad.

3.2.2. Tendencias de consumo

En la actualidad las industrias a nivel mundial tienen un enfoque ecológico y de salud; debido a eso Panamá no es la excepción, las exigencias del mercado por el uso de productos naturales, que contribuyan con el medio ambiente, con el cuidado de la salud y tener una vida sana y más confortable. Esta tendencia se ve reflejando con más impacto en los últimos años, las empresas de renombre están tratando de generar menor impacto negativo con el medio ambiente como crear productos que contribuyan con la salud, una necesidad que se acrecentó en los últimos años. En este aspecto, el ámbito textil panameño busca los tejidos naturales ya que actualmente los productos del mercado son de material sintético y muchos estos de mala calidad, a diferencia de nuestras prendas de algodón peruano que son más saludables y menos agresivos para la piel, evitando alergias y otras enfermedades dermatológicas.

Si bien el mercado comercial de Panamá es pequeño, este ofrece un gran potencial de negocio debido a su poder adquisitivo y apertura a nuevos productos. En él se observan dos segmentos socioeconómicos muy marcados: la clase alta y la clase media-baja. Nosotros abarcaremos a ambas.

El mercado esta está dominada por los comerciantes hebreos, árabes y se observa una fuerte presencia de productos chinos. Motivo por el cual se aprovechará la escasa demanda de productos de algodón, brindándoles a nuestros clientes directos productos de alta rotación, fácil manipuleo, calidad y que estén acorde de las necesidades del cliente final.

Por añadidura, los empresarios panameños consideran a Perú un proveedor confiable y accesible, por lo que están dispuestos a abastecerse de los productos que ofrece. De la misma manera, resaltan el prestigio ya ganado de los productos peruanos, como la calidad y suavidad de las prendas de algodón.

3.3.- Análisis de la oferta y la demanda

3.3.1. Análisis de la oferta

Para poder tener un mejor panorama de la oferta del producto es necesario analizar los mercados a nivel mundial, a continuación, se muestra una tabla que contiene información sobre los principales países exportadores de la partida **61061010**.

Tabla 34: Principales países exportadores de la partida 61061010
(En miles de dólares americanos)

Exportadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
Bangladesh	117764	248787	286883	268676	273969
Guatemala	268590	247118	187187	187780	175596
Turquía	169529	146354	170490	133468	130256
Nicaragua	52215	92040	84601	143698	103945
China	322612	235490	121606	91688	91554
Alemania	96347	93822	102740	97541	89682
India	107531	81246	85918	83451	87169
Viet Nam	88959	68334	75024	101800	80571
Italia	64555	66305	72162	63013	67045
Filipinas	69411	16150	26149	72670	64928
Jordania	10983	30100	77986	120441	64535
Hong Kong, China	107557	92338	90261	83269	55855
Indonesia	70008	65716	75739	77087	54995
Grecia	59329	48029	46752	49653	49176
España	48232	46486	46907	38548	44643
Países Bajos	34669	48183	50698	56036	44012
Francia	42561	44227	39995	43509	41409
Bulgaria	34558	38850	39867	38812	40469
Kirguistán	0	2352	48798	93295	37775
Camboya	37417	35559	25241	16752	30770
Reino Unido	40362	35367	33151	35877	29310
Portugal	48819	55278	48950	48550	29188

Polonia	16088	21953	18024	24501	28968
Perú	34081	24421	22734	22475	24801
Austria	13573	17538	20384	21156	22534
Pakistán	18972	19311	20985	20551	19191

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

Elaboración Propia

En la tabla 34, se puede observar que a nivel oferta mundial que Bangladesh, Guatemala y Turquía, son los mayores comercializadores de la partida 61061010; lo cual los convierte en competidores directos. En este cuadro también se hace mención a Perú quien se encuentra dentro de los principales exportadores de la lista.

A continuación, se muestra la tabla de principales países exportadores de la partida 61061010 a kilogramos.

Oferta nacional peruana

A continuación, se muestran las exportaciones peruanas de la partida **6106.10.00.90** hacia el mundo, destacando como principal y potencial comprador el país de Estados Unidos predominando no solo en valor FOB exportado, sino también en cantidad exportada en kilogramos. También se aprecia a Panamá como destino potencial del producto.

**Tabla 35: Total de exportaciones peruanas de la partida 6106.10.00.90
(Expresado en Kilogramos)**

N°	País	Peso Neto Kg. 2015	Peso Neto Kg. 2016	Peso Neto Kg. 2017	Peso Neto Kg. 2018	Peso Neto Kg. 2019	PROMEDIO ANUAL EN KG.
1	Estados Unidos	235,010.98	83,984.51	50,812.34	46,941.57	28,783.45	98,680.13
2	Cuba	15,508.84	11,225.43	5,168.40	10,818.04	9,233.91	13,367.14
3	Venezuela	9,552.65	7,323.43	2,239.33	617.16	5,442.64	7,439.57
4	Colombia	6,090.41	4,282.75	4,818.73	3,685.44	1,227.31	4,887.93
5	Italia	3,551.13	926.93	795.32	1,583.90	585.20	3,551.13
6	México	6,645.88	1,558.30	2,355.58	31.35	3,913.51	3,338.62

7	Ecuador	2,652.05	1,319.27	1,788.66	5,621.35	4,337.66	2,652.05
8	Francia	1,134.95	2,820.10	4,055.45	971.98	409.92	2,595.20
9	Brasil	4,065.76	2,469.27	23.90	12,307.48	2,715.81	2,044.83
10	Argentina	1,754.38	1,368.13	1,384.36	2,213.96	1,925.28	1,561.26
11	Japón	1,473.82	1,517.57	1,885.10	1,423.85	1,828.02	1,471.75
12	Canadá	1,665.50	1,429.19	484.47	718.23	263.21	1,270.97
13	Holanda	92.88	2,141.58	1,050.78	896.82	1,155.38	1,117.23
14	Chile	305.79	486.37	1,256.45	392.50	2,393.92	1,110.63
15	Costa Rica	867.15	472.65	1,690.15	553.73	949.42	895.92
16	Hong Kong	348.47	1,214.11	963.69	1,199.62	123.50	721.43
17	Panamá	632.31	2,444.61	710.35	372.71	64.07	671.33
18	Reino Unido	1,305.48	314.49	2,129.51	372.71	42.63	664.23
19	Alemania	483.82	1,084.45	1,479.52	119.81	134.73	483.82
20	Corea del Sur	601.67	715.09	455.98	491.23	44.47	453.74
21	República Dominicana	1,096.14	203.89	18.04	42.88	10.10	14.07

Fuente: Siicex - Promperú

Elaboración Propia

Según información proporcionada por (ADEX, 2020), se reportó que el principal destino de las blusas de algodón fue EE. UU con un promedio de \$ 3,481,603.57 anuales, habría que mencionar también que Panamá cuenta con mercado atractivo con un promedio de \$ 29,753.05 anuales.

Siguiendo en esta misma línea, habría que mencionar también, cuáles son las empresas peruanas dedicada a la comercialización de productos incluidos en la partida **6106.10.00.90**, en la tabla que se presenta a continuación se brindará mayor detalle al respecto.

Tabla 36: Empresas peruanas que comercializan la partida 6106.10.00.90 hacia el mundo

EXPORTADOR	Total, registros	Total US\$ FOB. Tot
DREAM MAX SAC	28	54,561
ELVA EXPORT S.A.C.	3	32,148
PERUVIAN SWEATERS INC S.A.C.	1	28,350
DEVANLAY PERU S.A.C.	2	5,949
FIGI S INTERNATIONAL CO EIRL	9	4,766
COTTON KNIT S.A.C.	2	3,399
PERU ARTE TEJIDO S.A.C.	2	2,791
JORISA IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES S.A.C	2	2,714
KUNAN PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	1	1,987
COFACO INDUSTRIES S.A.C.	2	1,942
TELLO SANDOVAL ZOILA IRMA	3	1,782
INKA MAKI S.A.C.	2	1,410
INVERSIONES PARIGUANA S.A.C.	5	985
ALPACA NATIVA S.A.C.	1	978
CORPORACION FRAMA'Z S.A.C.	1	664
CREACIONES E INVERSIONES CRISTINA E.I.R.L.	1	455
ALL CONSULME S.A.C.	1	427
PAKEAL'S ARTE PERUANO SOCIEDAD COMERCIAL	3	310
RENACER AYACUCHANO S.R.L.	2	275

DISEÑO INDEPENDIENTE Y MODA SOCIEDAD	1	257
INVERSIONES Y EXPORTACIONES CACERES E.I.R.L.	1	228
REATEGUI PAREDES SORAYA CAROLINE	3	210
INVERSIONES Y CREACIONES QUIROZ E.I.R.L.	1	200
CETCO S.A.	3	164
NEWTON PERU SAC	11	158
PINGO OLAYA VICTOR ADOLFO	1	120
GRUPO INTILLACTAYMANTA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	1	75
CACERES CORNEJO REBECA EUSEBIA	1	60

Fuente: Veritrade

En la tabla 36, se observa las principales empresas exportadoras peruanas de la partida **6106.10.00.90**.

Tabla 37: Empresas peruanas que exportan la partida 6106.10.00.90 hacia Panamá

Exportador	U\$ FOB Total	Participación
ELVA EXPORT S.A.C.	32,148.00	37.29%
PERUVIAN SWEATERS INC S.A.C.	28,350.00	32.88%
FIGI S INTERNATIONAL CO EIRL	4,530.80	5.25%
COTTON KNIT S.A.C.	3,399.20	3.94%
PERU ARTE TEJIDO S.A.C.	2,790.50	3.24%
JORISA IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES S.A.C	2,713.60	3.15%
KUNAN PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	1,986.60	2.30%
COFACO INDUSTRIES S.A.C.	1,942.40	2.25%
TELLO SANDOVAL ZOILA IRMA	1,782.20	2.07%
INKA MAKI S.A.C.	1,410.00	1.64%
ALPACA NATIVA S.A.C.	978.00	1.13%
INVERSIONES PARIGUANA S.A.C.	745.00	0.86%
CORPORACION FRAMA'Z S.A.C.	664.00	0.77%
CREACIONES E INVERSIONES CRISTINA E.I.R.L.	455.00	0.53%
ALL CONSULTORIA Y MENSAJERIA SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA	427.20	0.50%
PAKEAL'S ARTE PERUANO SOCIEDAD COMERCIAL	310.00	0.36%

RENACER AYACUCHANO S.R.L.	275.00	0.32%
DISEÑO INDEPENDIENTE Y MODA SOCIEDAD	257.00	0.30%
INVERSIONES Y EXPORTACIONES CACERES E.I.R.L.	228.00	0.26%
REATEGUI PAREDES SORAYA CAROLINE	210.24	0.24%
INVERSIONES Y CREACIONES QUIROZ E.I.R.L.	200.00	0.23%
CETCO S.A.	163.50	0.19%
PINGO OLAYA VICTOR ADOLFO	120.00	0.14%
GRUPO INTILLACTAYMANTA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	75.00	0.09%
CACERES CORNEJO REBECA EUSEBIA	60.00	0.07%

Fuente: Veritrade

Elaboración: Propia

Las principales empresas exportadoras mejores posicionadas en Perú son Elva Export S.A.C. S.A.C. (32.29%), Peruvian Sweaters INC S.A.C. (32.88%) y FIGIS International EIRL (5.25%). Los puertos con mayor volumen de envíos del Perú son hacia los puertos son los de Puerto Balboa y Colón y en los aeropuertos está COPA – Compañía Panameña.

3.3.2 Análisis de la demanda

Se modelará y analizará la demanda histórica para luego realizar una proyección de la demanda en un horizonte de cinco años, es decir, hasta el año 2025. Las principales fuentes de datos estadísticos consultados para obtener la demanda histórica fue el Trade Map y Veritrade.

El producto se encuentra dentro de la partida **6106.10.00.90**, es por ello que a través de la fuente de Trade Map se visualiza al detalle el valor importado durante los últimos 5 años (véase tabla 38) así como la cantidad importada en toneladas (véase tabla 39).

A continuación, la Tabla 38, mostrará la información de países importadores de la partida **61061010** en miles de dólares.

**Tabla 38: Principales importaciones de Panamá de la partida 61061010
(Expresado en miles de dólares)**

Exportadores	Valor importado en 2013	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017
China	6945	6369	7597	5756	10317
Estados Unidos de América	361	190	1460	1895	2512
Zona franca	276	165	199	588	835
Hong Kong, China	1142	426	410	381	496
Colombia	72	19	46	225	438
India	204	104	199	172	203
Viet Nam	28	34	65	744	185
Países Bajos	0	0	12	7	180
México	58	16	13	6	145
Brasil	26	47	86	56	128
Perú	8	17	115	112	127
Bangladesh	255	21	56	84	80
Portugal	81	281	451	217	69
Curaçao	0	0	193	0	47
Francia	9	2	17	334	39
Turquía	25	56	92	37	35
Italia	325	58	180	76	34
Marruecos	0	1	63	44	32

Fuente: Trade Map

Elaboración: Propia

Como se puede observar en la tabla 38, China es el país que lidera en las importaciones en los últimos años para Panamá. Asimismo, se tiene a países como Estados Unidos, Hong Kong, países bajos y Perú que sobrepasan los 10 millones de dólares en importaciones de esta partida. Con todo esto se puede afirmar que estos países se presentan como mercados atractivos para el producto investigado.

Sin embargo, en PERU podemos decir que es un mercado en potencia, debido a que se encuentra en el sexto país de la lista de importaciones de Panamá, además de tener un alza entre los años 2014, 2015, 2016 y 2017.

**Tabla 39: Principales importaciones de Panamá de la partida 61061010
(Expresada en toneladas)**

Exportadores	2013	2014	2015	2016	2017
	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas
China	376	353	490	356	678
Estados Unidos de América	24	13	78	71	93
Zona franca	12	11	12	28	45
Hong Kong, China	58	19	14	31	29
Colombia	2	0	1	9	15
India	3	3	11	8	14
Viet Nam	0	1	2	29	7
Países Bajos	0	0	0	0	4
México	1	1	0	1	5
Brasil	1	1	2	2	3
Perú	0	0	5	1	1
Bangladesh	9	0	2	4	2
Portugal	1	3	5	2	1
Curaçao	0	0	7	0	2
Francia	0	0	0	0	18
Turquia	0	1	1	0	1
Italia	6	1	2	1	0
Camboya	0	3	2	1	1
Marruecos	0	0	1	1	1

Fuente: Elaboración propia en base a Trade Map

Elaboración Propia

Siguiendo en concordancia con la información descrita líneas arriba, la tabla muestra los países que más importaron en toneladas, aquí también se puede observar que, en el caso de Italia, la tendencia del 2016 al 2017 decayó levemente. Específicamente si observamos la situación con Perú, se desprende de la tabla que el valor importado aumento el 2015 y los próximos años se mantuvieron, lo cual está representando una oportunidad para la introducción del producto porque las cifras muestran una gran aceptación de los productos extranjeros.

Tabla 40 Importaciones de la ciudad de Panamá 2013 al 2017 de la partida 6106100090 por aduana (Expresado en miles)

Partida	Destino	2013	2014	2015	2016	2017
Aduanera						
6106100090	PANAMA CITY	9,000	9970	10,000	12,000	17,500
6106100090	COLON	1,691	0	3,431	693	0
6106100090	CHIRIQUI GRANDE	0	0	0	0	0

Fuente: Trade Map

Elaboración Propia

Se observa en la Tabla 40, que las tres posibles ciudades para exportar nuestro producto son; Panamá City, Colón y Chiriquí por ser las que más demandaron en los últimos años. Por ejemplo; la ciudad de Panamá es la que más demanda tubo de la partida en mención.

Proyección de la demanda

Tabla 41: Demanda de la ciudad de Panamá del 2013 - 2017 del producto P.A: 6106100090 (unidades)

Años	2013	2014	2015	2016	2017
PANAMA CITY	1,020	853	1,367	1,800	1,598

Fuente: Elaboración propia en base a Veritrade

Tabla 42: Métodos de mínimos cuadrados

Años / Demanda

X	X	Y	XY	X^Y
2015	1	1,020	1,020	1
2016	2	853	1,706	4
2017	3	1,367	4,101	9

2018	4	1,800	7,200	16
2019	5	1,598	7,990	25
Total	15	6,638	22,017	55

Fuente: Elaboración propia

Fórmula de regresión lineal:

$$A = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} ; \quad B = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

Fórmula para proyectar linealmente:

$$Y = a + bx$$

$$B = 210.30$$

$$A = 696.70$$

$$Y = 696.70 + 210.30 * X$$

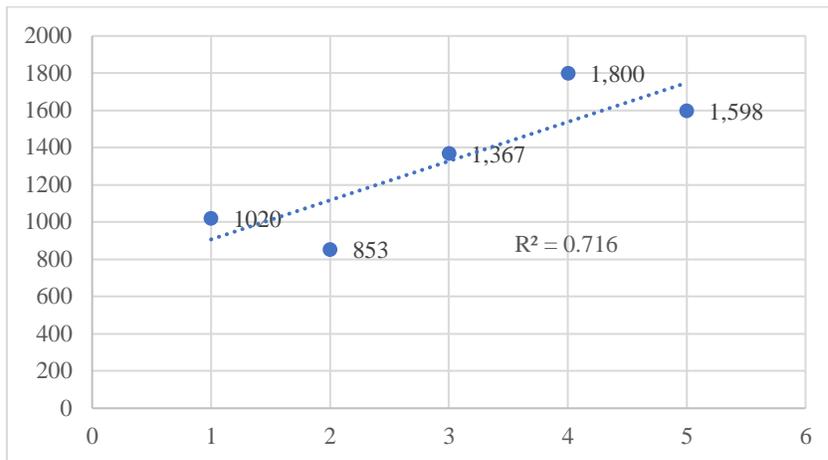
X = años a proyectar

**Tabla 43: Demanda proyectada del mercado
(En unidades)**

2020	2021	2022	2023	2024	2025
2,379	2,589	2,800	3,100	3,220	3,431
	8.84%	8.12%	7.51%	6.99%	6.53%

Fuente: Elaboración propia

Figura: Regresión lineal



Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la figura, $R^2 = 0.716$

3.4. Estrategias de Ventas y Distribución

3.4.1 Estrategias de segmentación

En nuestro caso utilizaremos el modelo de **Negocio Business to Business** conocido como **B2B**, ya que nuestra meta es comercializar nuestros productos con retailers y empresas que se dediquen a la venta de prendas de algodón, para esto se necesitará conocer las necesidades de los negocios en mención, pero sabiendo que al final, la demanda de los productos hechos por éstos, terminará siendo usado por consumidores particulares en sus casas.

Actualmente existen nuevas maneras para identificar al cliente ideal, no sólo con características demográficas y la manera tradicional, sino también se trata de ir más allá. En nuestra segmentación de cliente utilizaremos el Buyer Persona, que se define como la representación de tu cliente ideal basado en datos reales y observaciones obtenidas por la empresa acerca de datos demográficos, patrones de comportamiento,

motivaciones y metas de sus clientes. Es muy importantes conocer estos datos, porque nos guiarán a desarrollar nuestros productos, como una comunicación más asertiva.

A continuación, seleccionamos al Jefe de Compras de la empresa Industrias Panameñas S.A., uno de nuestros potenciales clientes, a fin de realizar el estudio de segmentación a través del Buyer Persona (Anexo 2) y así conocer sus necesidades, como las demandas del negocio:



- Es responsable del área de compras de Confecciones Industriales Panameñas S.A. Tiene a su cargo a mas de 9 personas. Define las estrategias de negociación con los proveedores. Maneja un presupuesto anual y es quien toma la decisión de adquisiciones.
- Vive en la ciudad de Panamá, casado con 1 hija, en su tiempo libre le gusta leer y hacer ejercicios.
- Tiene 38 años, con mas de 15 años de experiencia en el área de compras.
- Es Licenciado en Negocios Internacionales, con maestría en Logística Internacional, cuenta con especialización en compras internacionales y dominio del 2 idiomas.
- **Sus objetivos:** Conocer diferentes mercados para abastecer sus empresas con productos diferenciados y estén acordes a las nuevas tendencias. Obtener mejores precios del mercado sin sacrificar la calidad.
- **Retos diarios:** Motivar a su equipo de trabajo, tomar decisiones asertivas, coordinación con las demás áreas, escucha activa con su equipo de trabajo.
- **Miedos o preocupaciones:** No tener el control sobre los resultados de su equipo de trabajo, no cumplir con los objetivos y metas trazadas por la gerencia general de la empresa.

Figura 9: Buyer persona

Elaboración propia

Después del análisis y responder una serie de preguntas, observamos las necesidades de nuestro cliente:

Objetivos:

- Conocer diferentes mercados para abastecer sus empresas con productos diferenciados y estén acordes a las nuevas tendencias.
- Obtener mejores precios del mercado sin sacrificar la calidad.

Retos diarios:

- Motivar a su equipo de trabajo, tomar decisiones asertivas.
- Coordinación con las demás áreas, escucha activa con su equipo de trabajo.

Miedos o preocupaciones:

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

Los criterios de segmentación para un Buyer persona requieren mucha investigación por parte del equipo de marketing, sin embargo, cuando hayamos terminado de desarrollarlo, esto nos ayudará a conocer y entender de mejor manera a nuestros clientes y sus necesidades. Por otro lado, también realizaremos la segmentación de mercado según Philip Kotler es la subdivisión del mercado en grupos: segmentación geográfica, segmentación demográfica, segmentación 90 psicográfica y segmentación conductual, este análisis nos ayuda a conocer las necesidades de nuestros clientes finales.

A continuación, se muestra la siguiente:



Figura 10: Modelo del producto

La estrategia escogida es la estrategia de segmentación concentrada en la que se apuesta por centrarse en un solo segmento de mercado al que se le ofrece un producto o servicio muy adaptado a los gustos, necesidades y capacidad adquisitiva del mismo. De esta manera nos enfocaremos únicamente en las mujeres de 15 a 59 años de la ciudad de Panamá en Panamá; de tal manera que la empresa va a dedicar sus esfuerzos a investigar y satisfacer las necesidades de estos clientes.

Pasos para segmentar el mercado:

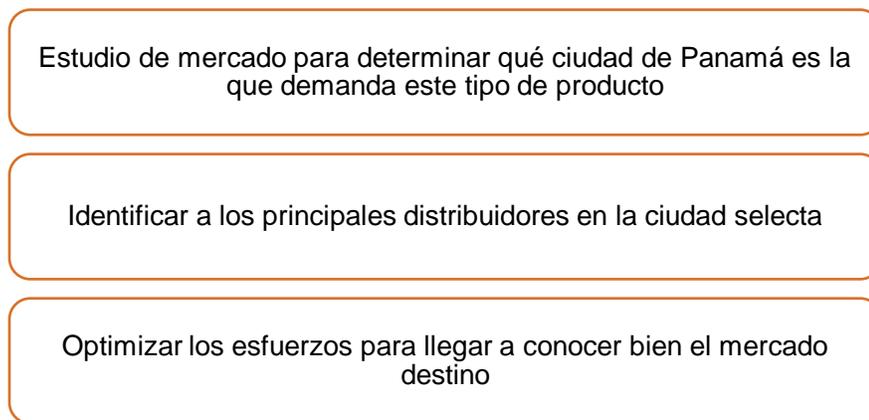


Figura 11: Segmentación de mercado

3.4.2 Estrategias de posicionamiento

Basado en la calidad y precio:

La estrategia que optaremos para el posicionamiento será en base a la calidad y precios acorde al mercado, los Retailers y empresas que harán la distribución, contarán con lo siguiente:

- Una plataforma virtual con un catálogo en línea donde podrán realizar sus pedidos, a esta plataforma contará con toda la información sobre las prendas, precios y tendencias, que facilitará la reserva del pedido.

- Contaremos con un chat y WhatsApp de post venta que les permitirá hacer el seguimiento inmediato de sus pedidos, como también cualquier consulta o reclamación.
- Se harán visitas trimestrales a nuestros distribuidores, con el fin de realizar una retroalimentación y feedback de nuestros productos brindados.
- Se les invitara una vez al año a ferias Peruanas, donde se promocionen el algodón y las prendas textiles.
- Se les brindará precios accesibles y a acorde al mercado, aprovechando los acuerdos comerciales, con Panamá.

Nuestra principal meta es conseguir un vínculo en base a la confianza, en el cual el cliente se sienta seguro y satisfecho, eso permitirá un mayor posicionamiento y fidelidad con nuestra marca.



Figura 12: Vínculo de confianza con el cliente

3.4.3 Estrategias de distribución

3.4.3.1 Ventas

Las ventas en CALLER COTTON SAC. se regirán a través de políticas comerciales diseñadas por la gerencia general y el área de ventas, de las cuales resaltan las siguientes:

- Garantizar la calidad del producto, realizando los controles respectivos al momento de la recepción.
- Captar nuevos clientes dando a conocer la calidad del producto, que puedan diferenciar la calidad de la prenda de algodón de las otras de tela sintética, y valorar el precio. También destacar los aspectos relacionados con el medio ambiente.
- Garantizar la pronta atención a los clientes, en cuanto a la confirmación y atención de órdenes de compra, respuestas a solicitudes de cotizaciones, respuestas a consultas en cuanto al producto, etc. Es importante resaltar que el personal de la empresa deberá estar capacitado para la atención al cliente, así como la excelencia de nuestros proveedores que garantizan la calidad del producto.
- Atender los pedidos de acuerdo al orden de recepción de las órdenes de compra, teniendo un trato justo e igualitario para los clientes. Se trabajará con el Incoterm 2010
- Mantener la confidencialidad de información en las operaciones para ofrecer seguridad, privacidad e integridad a los clientes.
- Estar renovando los diseños de las prendas constantemente para ofrecer productos siempre novedosos y variadas opciones de compra. Al mismo tiempo buscar siempre el logro de la eficiencia en cada uno de los procesos internos de la empresa.
- Trazabilidad de nuestros productos.

3.4.3.2 Distribución

La distribución para las prendas de algodón se dará en el corto plazo de manera indirecta, con expectativas de llegar a la directa en el largo plazo. A continuación, se detalla:

- Canal directo: se busca alcanzarlo en el largo plazo, cuando el volumen exportado sea alto y suficiente. Las exportaciones se realizarán directamente con tiendas minoristas. Mediante este canal se busca tener una comunicación directa y fluida con los clientes finales para poder generar retroalimentación y sea factible conocer de cerca sus necesidades y buscar las mejores maneras de satisfacerlas.
- Canal indirecto: se realizará a través de la exportación de los productos a importadores y/o distribuidores en la ciudad de Panamá, quienes se encargarán de distribuir el producto a empresas de ventas minoristas. La venta se realizará a precios acorde al mercado. Se cuenta con este canal puesto que es el más recomendable al iniciar las actividades de exportación de una empresa.

Las estrategias de distribución mediante un canal indirecto son las siguientes:

- Contar con intermediarios que serán los importadores y distribuidores de las prendas de algodón en Panamá.
- Trabajar con intermediarios que operen con productos de la competencia.
- Entrelazar los beneficios de la empresa con los del distribuidor con la finalidad que la retroalimentación permita conocer nuevas opciones en cuanto a precios, promoción, publicidad, ventas, etc.
- Cabe mencionar que el beneficio encontrado en la distribución por canal indirecto es que la experiencia y el conocimiento del mercado por parte del importador y/o distribuidor impulsarán las ventas del producto y asegurará la cercanía con el cliente que es lo que se busca para que el producto sea reconocido.

Para que esto sea posible CALLER COTTON SAC deberá garantizar:

- Calidad del producto: variedad, buen acabado.
- Seguridad en la entrega: cantidad y tiempo acordado. Cada proceso en la empresa como transporte del producto terminado, maquila y distribución física internacional se deberá realizar de manera eficaz y eficiente.
- Planes de contingencia: garantizan una reacción rápida y acertada cualquiera sea la circunstancia, y cuidan así la imagen de la empresa.
- Servicio al cliente (pre y post venta): atención personalizada en las consultas, solicitudes de cotización, órdenes de compra, seguimiento de distribución; como también en la comunicación realizada después de la compra (preguntas, dudas, opiniones) Todo esto con el fin de mantener a ambas partes informadas.

3.5. Estrategias de Promoción

CALLER SAC dará a conocer el producto como novedoso y de alta calidad resaltando sus cualidades y los beneficios que traen consigo su uso. Esto lo hará participando en diferentes ferias realizadas por PROMPERU u otras entidades.

Las ferias internacionales

Son consideradas un medio de comunicación importante. Tienen una vertiente sobre publicidad y estrategias de venta. Mediante la exposición del producto se logra un medio de presentación privilegiado para posibles ventas. Es aquí donde se concentran la mejor fuente de información del sector de manera presencial por lo que se puede intercambiar opiniones, tendencias, etc.

Las ferias internacionales deben ser utilizadas de manera óptima y rentable con el mayor objetivo de darse a conocer frente a clientes potenciales.

Rueda de Negocios

La rueda de negocios consiste en pactar reuniones planificadas y directas creando ambiente propicio para negociar, promueve los contactos entre empresarios,

instituciones y organizaciones que desean entrevistarse para realizar negocios, desarrollar relaciones asociativas o alianzas estratégicas. Los antecedentes muestran que su uso es eficaz para la inserción de las pequeñas y medianas empresas en la dinámica de integración comercial. Por otro lado, se han convertido en un mecanismo de capacitación empresarial valioso para esa porción de la estructura productiva de los países integrantes de los nuevos bloques económicos. Al realizar una rueda de negocio dentro del marco de una feria, estas se convierten en una actividad central de la feria; es en este escenario, en el que se llevan adelante una serie de encuentros entre los empresarios oferentes y demandantes, con el fin de cerrar un negocio o iniciar el contacto.

Beneficios de participar en una rueda de negocios:

- Contacto directo con los clientes potenciales en un mismo lugar y en una sola jornada, lo cual genera ahorros en tiempo y en costos logísticos.
- Se establecen alianzas o intercambios ventajosos en comparación con otros medios de contacto.
- Se tiene opción a entrar en contacto con empresas con las que posiblemente de otra forma sería muy difícil o imposible.
- Para actores nuevos, es una buena forma de introducirse al escenario comercial.
- Estudiar, desarrollar o fortalecer las técnicas de negociación.

De manera internacional, CALLER SAC participará de ruedas de negocios organizadas dentro de las ferias organizadas en Panamá.

Agregados comerciales

Un agregado comercial es un funcionario encargado de asuntos comerciales en las representaciones diplomáticas. La mayoría de países cuentan con oficinas encargadas del apoyo comercial a los exportadores. Las oficinas es la cuales encontramos a los agregados son conocidas como OCEX.

Beneficios de contar con un agregado comercial en el país objetivo:

- Promueve la apertura y consolidación de mercados de exportación y de inversión.
- Realiza acciones de inteligencia comercial y prospección de mercados.
- Establece y mantiene vínculos estratégicos con instituciones públicas y privadas en el mercado asignado.
- Apoya y participa en las actividades relacionadas con el desarrollo del comercio, turismo, inversiones y la imagen país, promovidas por instituciones públicas y privadas del Perú en el mercado asignado y apoya las iniciativas del sector privado nacional en la búsqueda de nuevos mercados y la colocación de productos a través de la facilitación de información.
- Fortalece la participación y la presencia del Perú en las negociaciones comerciales internacionales.
- Propone la participación de productos peruanos en las ferias comerciales internacionales, organización de rueda de negocios y de misiones empresariales de compra y venta de productos y servicios de exportación.
- Absuelve las consultas de empresas y gremios empresariales del sector privado nacional e internacional referentes a las materias de comercio exterior, inversiones y turismo en el ámbito de su competencia.

El agregado comercial que corresponde a Panamá se detalla en la siguiente imagen:

Visitas comerciales

Se realizarán visitas comerciales a los importadores y/o distribuidores del producto para fortalecer y mejorar la relación de negocios, así como también para coordinar temas relacionados a la comercialización.

Uso del marketing digital

Página web

Es una plataforma donde se encontrará toda la información sobre la empresa, el producto, las opciones de contacto, videos informativos sobre la calidad del producto, redes sociales, etc. A través de este portal web se buscará lograr un trato directo con el cliente y satisfacer sus necesidades en el tiempo mínimo de respuesta. También

busca enfatizar y mejorar la imagen de la empresa asegurando confiabilidad en todo el proceso de compra. El dominio será: **Google Adword**

La empresa utilizará esta herramienta para posicionarse en los primeros resultados de búsqueda al momento de realizar una consulta relacionada en el buscador Google. Permite también visualizar anuncios mediante el sitio web. El fin de esta herramienta es atraer visitantes al sitio web, incrementar ventas y alcanzar reconocimiento internacional del producto.

3.6.- Tamaño de planta. Factores condicionantes.

El local cuenta con un primer piso que tiene 100 m² y se encuentra ubicado entre una avenida principal para su fácil ubicación, tránsito y evacuación. Debido a que la empresa adquirirá el producto como un bien terminado, la distribución del local será entre oficinas y un almacén; el producto no requiere de un acondicionamiento especial.

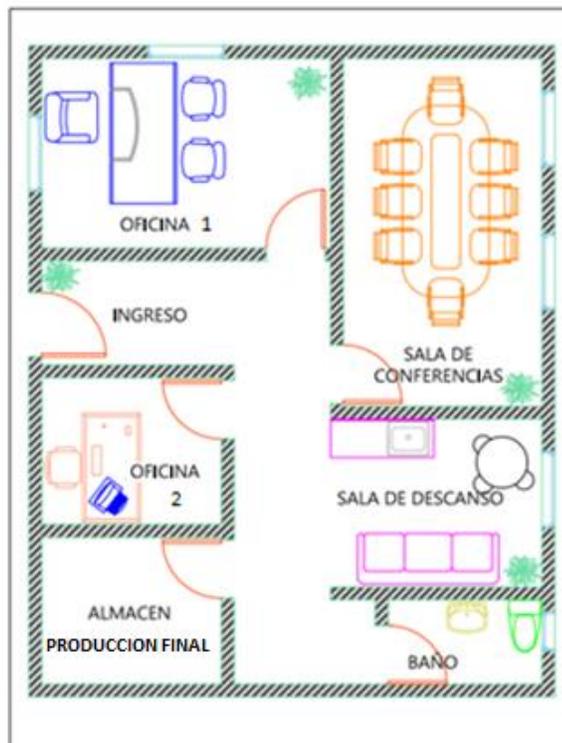


Figura N° 13: Layout Caller Cotton SAC

Elaboración Propia

4.- PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

Panamá el Hub de las Américas conecta a todas las principales ciudades y países de América, posee una importancia vital para la logística internacional y el auge del comercio intercontinental. Debido a esto se deberá tener en cuenta los siguientes aspectos para nuestro plan logístico: la competitividad mundial, los tiempos de entrega del producto y la presentación del mismo, valores que se deben tener en cuenta para nuestra la logística así generaremos un gran valor a nuestro producto.



Figura N° 14: Blusa de algodón con diseño

Fuente: Elaboración Propia

4.1. Envases, empaques y embalajes

4.1.1 Envases

De acuerdo a la guía de acondicionamiento y embalaje de SIICEX las confecciones de algodón o de alguna otra fibra de alta calidad como la de alpaca también deben ir acondicionadas y embaladas protegiéndolas por sobre todas las cosas de la humedad y el agua. Para realizar la elección se han tomado criterios

importantes como la forma del producto, la manipulación de la carga, el cubicaje y el transporte y almacenamiento. (SIICEX, 2009)

Para el envase de las prendas de algodón se usarán bolsas de plástico biodegradables, elaboradas con efímeros naturales, a diferencia de las convencionales cuentan con un aditivo especial de última generación denominado TDPA (Totally Degradable Plastic Additives), el cual les permite, una vez desechadas y después de aproximadamente un año, que comiencen su proceso de degradación, fragmentándose en pedazos cada vez más pequeños, haciendo posible que microorganismos como hongos o bacterias se alimenten del material de la bolsa convirtiéndolo en agua, biomasa (humus), sales minerales y dióxido de carbono, como el que exhalamos al respirar.

Además de ello son bolsas totalmente versátiles que pueden ser de diferentes colores, tamaños y se pueden imprimir marcas.

La elección de este envase se debe a lo siguiente:

- Resistentes, no se rasga con facilidad a diferencia del papel.
- Proteger del calor y la humedad, no ingresa el agua fácilmente.
- Poseen alta transparencia y brillo, permitiendo la visibilidad del contenido.
- No se arruga fácilmente. La elección responde en principal lugar a preservar la calidad y tener una buena imagen en la presentación de nuestras prendas.



Figura 15: Envase Caller Cotton SAC

Elaboración propia

Las medidas de las bolsas para las prendas de vestir serán de 30x25 cm

4.1.2 Empaque

El empaque de las prendas de vestir será elaborado de papel reciclado (bolsas de papel) permitiendo así una presentación original, ecológica y además de presentar los siguientes beneficios:

- Son publicitarias y de regalo, llevarán nuestro logo y marca.
- Son ecológicas al ser de papel reciclado
- Resistentes y duraderas



Figura 16: Empaque Callor Cotton SAC

Elaboración propia

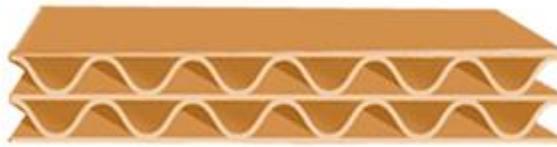
La elección de este empaque se debe a parte de la estrategia de posicionamiento de la marca. Las medidas de las bolsas para las prendas de vestir serán de 30x25 cm, serán las medidas exactas de las prendas como identificación de la marca.

El proveedor será ECOBOLSAS PERU.

4.1.3 Embalaje

El embalaje será una caja de cartón de doble corrugado. El cartón corrugado es el material más usado para la fabricación de embalajes ya que se adopta fácilmente al medio de transporte elegido.

Las medidas son 60x50x50 cm. Será adquirida del proveedor PERUPAC SAC.



CARTÓN DOBLE CORRUGADO

Figura 17: cartón corrugado.

La manipulación y almacenamiento de las cajas se realizará con paletas de madera. Las paletas de madera fumigadas y con el sello de SENASA para poder unitarizar las cajas y así facilitemos el manipuleo y la consolidación de la carga.

La finalidad del embalaje, es unitarizar la carga, es decir empacar la carga de manera que pueda ser movida y manipulada durante toda la cadena distribución con uso de montacargas y grúas. Para ello, El pallet que se usara es el ISOPALE O UNIVERSAL cuyas medidas son 1200 x 1000 x 150 mm o 120 cm x 100cm x 15mm.



Figura 18: Paleta de madera

Especificaciones técnicas de las paletas:

- Tara 20kg.
- Carga estática hasta 2500 kg.
- Carga dinámica hasta 1000 kg.
- Cuenta con tratamiento térmico de exportación

Beneficio de usar las paletas:

- Disminución de tiempos de estiba.
- Menores costos de cargue y descargue.
- Optimización del espacio disponible en almacén.
- Mayor seguridad del personal que manipula la mercadería.

No se debe olvidar que las paletas deben contener el sello legible, permanente y no transferible de la normativa NIMF-15 y deberá ser colocada en al menos dos caras visibles opuestas al embalaje y tener una dimensión 14x14 divididas en dos caras, 110 en una se ubica el símbolo de Convención Internacional de Protección Fitosanitaria y el otro Codificación del embalaje.

En el Perú, los embalajes en madera tienen que tener el sello obligatorio de Senasa, el cual certifica, que se ha recibido un tratamiento de fumigación contra plagas. También se hará uso del Stretch Film, de esta manera se podrá mantener inmovilizada las cajas en la paleta, así se logrará que la mercadería llegue en óptimas condiciones.



Figura 19: Stretch Film para asegurar las cajas

En la Figura 19, se puede observar la utilidad y facilidad de usar Stretch film, para cualquier tipo de manipuleo de la carga, especialmente para productos de exportación, ya que los protege del polvo y suciedad, entre otros.

4.2. Diseño del rotulado y marcado

4.2.1 Diseño del rotulado

Cualquier producto destinado a la comercialización dentro del territorio panameño, sea nacional o importado, debe tener empaques, contenedores, cubiertas o sellos cuyas etiquetas estén en español. Toda etiqueta debe contener, como mínimo, la siguiente información:

- Nombre del fabricante: Caller Cotton
- Dirección y país de origen: Perú
- Nombre de los materiales utilizados: Algodón vegetal.
- Nombre del producto y el color: Blusas de algodón pima - mujer
- Nombre de la empresa y Ruc: Caller Cotton S.A.C 204728941

4.2.2 Diseño del marcado

La mercancía debe estar marcada a fin de identificarla sin equívoco, para que quienes la manejen durante el transporte, no tengan dudas en cuanto al lugar de destino y el modo cómo manipularlas. Las marcas deben estar en el idioma en el país de destino en nuestro caso español. El acondicionamiento para el transporte y exportación de las prendas de algodón pima a Panamá no difiere del utilizado en el transporte hacia otros destinos. Las autoridades aduaneras recomiendan el marcado de todos los pallets y su correlatividad con lo indicado en factura.

A su llegada al aeropuerto, la mercadería es controlada por la vista aduanera a través de su marcación exterior y generalmente una muestra por lote es abierta en Aduana para inspección.

- **Marcas estándar o principales:**

Nombre del Importador:

Puerto de descarga: Puerto Balboa

Nº de cajas: 1/1

- **Marcas de información:**

Exportador: Caller Cotton SAC

Puerto de origen: Puerto del Callao – Perú.

Peso neto: 631 kg Kg

Peso bruto: 649 kg Kg

Dimensiones de la caja: 120x100x15 cm

Marcas de manipuleo o auxiliares PromPex, (2020), existen diversas pictografías que se pueden ajustar al tipo de mercadería que se va a exportar. Para el caso de prendas textiles se ha considerado las instrucciones para el manipuleo siguientes:

- **El pictograma de “Protéjase de la humedad”**, es recomendable, ya que, si no se cumple, la mercancía podría verse dañada por la humedad.
- **El pictograma de “No utilizar cúter”** o elemento cortante, es recomendable para evitar que al abrir la caja se dañe el producto por hacerle un corte.
- **El pictograma de “Cuidado en la manipulación”**, es recomendable para que se manipule delicadamente cada bulto y de esta forma evitar que la mercancía sea dañada ya que se trata de un producto considerado fino.

- **Reciclable:** Indica que el material con el que está fabricado el embalaje puede ser reciclado. Aplicable a papel, plástico y vidrio.



Figura 20: Rotulado de caja

Elaboración propia

4.3. Unitarización y cubicaje de la carga

La Unitarización es el agrupamiento de uno o más ítem de carga general, las modalidades más comunes de Unitarización de carga son la Paletización y la contenerización.

A continuación, el detalle de la unitarización y cajas de las blusas que serán exportadas a la Ciudad de Panamá.

Total, de cajas por envió	59
Total, de unidades por envió	1,416
Peso Bruto Kg.	649 kg.
Peso Neto Kg.	631 kg.

Tabla 44: Unitarización de la carga

Representación gráfica	Características
Medidas de la blusa	L x A x AL = 48 cm x 30 cm x 2 cm
	EMPAQUE Y EMBALAJE
	Caja de cartón de simple corrugado de doble pared.
	Medidas: 60 cm x 50 cm x 50 cm
	Cantidad de unidades por caja: 24 unidades
	Peso: 960 gramos (gr)
	UNITARIZACIÓN
	Pallet de madera
	Medida: 120 cm x 100 cm x 15 cm
	Unidades: 1
	Total, de cajas por pallet: 16,16, 16 y 11 cajas
	Total, de unidades por pallet: 384,384, 384 y 264
	Peso por pallet: 324Kg.
	3. UNITARIZACIÓN DE 2 PALLETS
	Pallet de madera
	Medidas: 120 cm x 100 cm x 4 cm
Unidades : 4	
Numero de paletas: 4 pallets (59 cajas) / 3 pallet (16 cajas por pallet) – 1 pallet (11 cajas)	
Total, de unidades por pallet: 384,384,384 y 264	
Peso por pallet3 pallet (324 kg.) y otro pallet (324.5 kg)	
CONTENEDORIZACIÓN	
	Medidas del contenedor:590 x 234 x 240 cm Unidades: 1 LCL

Elaboración propia

A continuación, se detalla la unitarización de la carga óptima:

Tabla 45: Unitarización de la carga óptima

Medidas de la caja	60 x 50 x 50	Centímetros
Numero de Blusas por caja	24	Bolsas
Paleta	120 x 100	Centímetros
Ancho	2	Cajas
Largo	2	Cajas
Base	4	Cajas
Altura	4	Cajas
Total, de cajas por paleta	3 pallets = 36 1 pallet = 11	Cajas
Total, de unidades por paleta	3 pallet = 384 1 pallet = 264	Unidades
Kg por embarque	631 kg	Kg
Unidades por embarque	1416	Unidades

Elaboración propia

4.4. Cadena de DFI de exportación/importación

El DFI es el proceso que se desarrolla con el fin de situar nuestro producto en el mercado internacional cumpliendo con los términos negociados con nuestro cliente. El objetivo principal de la DFI es disminuir el máximo de tiempo, costo y riesgo que se pueden generar durante el trayecto desde el punto de origen hasta destino.

4.4.1 Determinación del proveedor de producción

En la Cadena de DFI las blusas de algodón se definirán en dos escenarios tras la negociación cerrada en términos FOB. Considerando la fase de logística de producción y la fase logística local de transporte hasta dejar en contenedor en el puerto listo para su embarque.

Para iniciar el proceso de exportación, determinaremos el maquilador quien se encargará de la producción de las prendas, se tomará en cuenta tres proveedores claves que nos permitirán definir a través de la puntuación cual es el más óptimo, y a su vez contar con back up en caso se necesite mayor demanda o que no cuente con disponibilidad el proveedor principal.

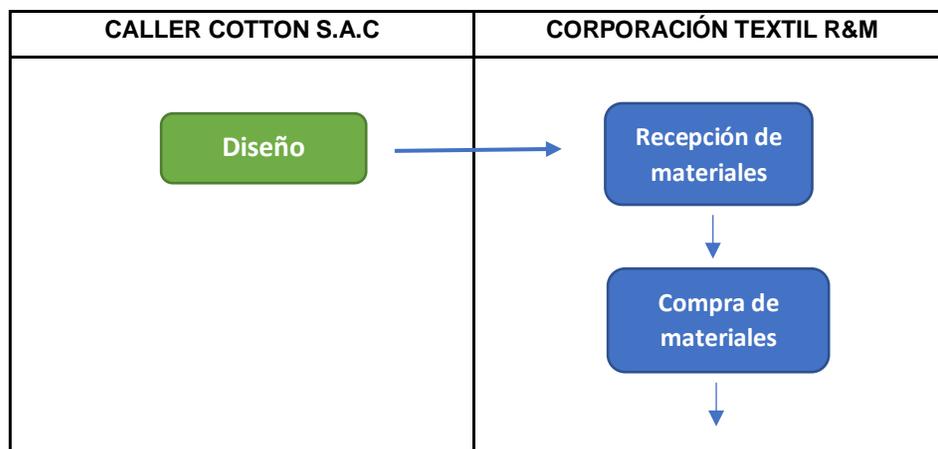
Tabla 46: Elección del proveedor para la maquila

PROVEEDORES	COSTOS		UBICACIÓN		CALIDAD		PUNTAJE TOTAL
Corporación Textil de Perú R&M	4	35%	5	30%	5	35%	4.65
Sogupace	3	35%	3	30%	5	35%	3.7
Textiles Gamarra	3	35%	5	30%	4	35%	3.95

Elaboración Propia

Según la tabla elaborada, observamos que Corporación Textil R&M cuenta con los precios más económicos en el mercado, a diferencia de Sogupace y Textiles Gamarra, por otro lado, está ubicado en Gamarra, un lugar céntrico y más cercano a nuestras oficinas en San Miguel, en cuanto a la calidad y acabado también es óptima.

A continuación, se señala en la siguiente figura el proceso de producción con la maquila:



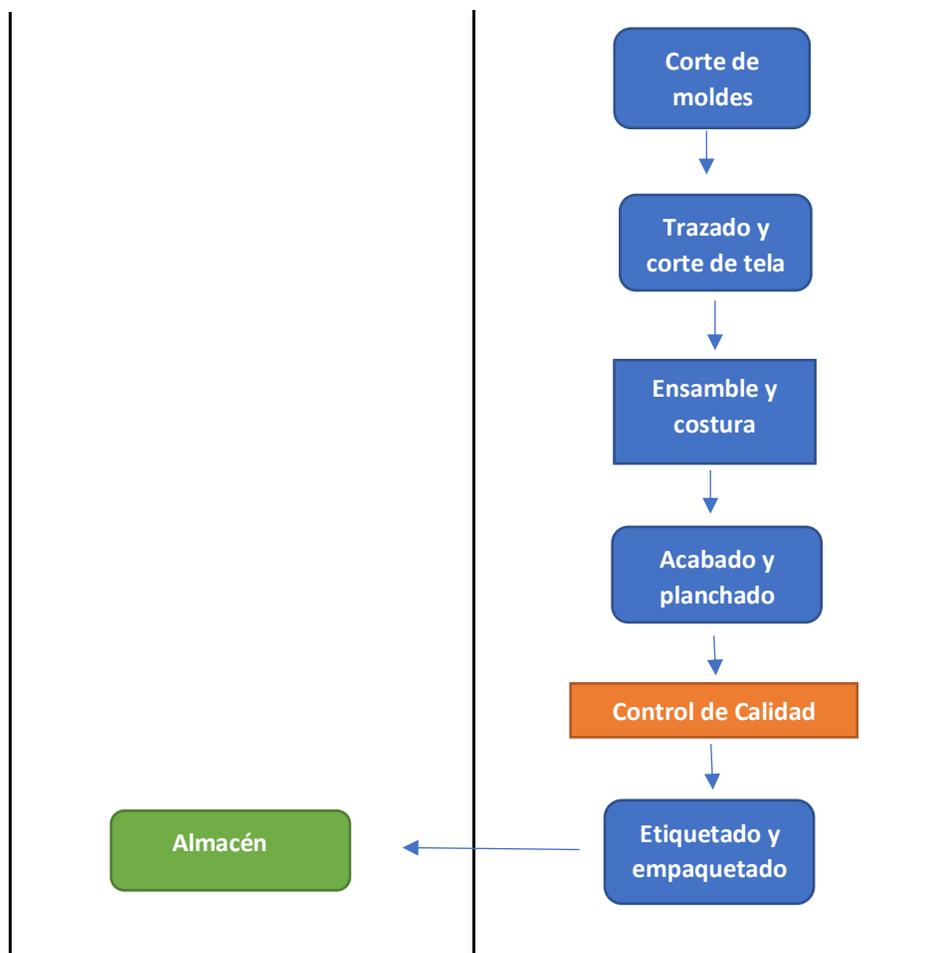


Figura 21: Proceso de producción en la maquila

Elaboración Propia

Es así como en la figura se muestra la fase del proceso de producción y embalado de las blusas, iniciando con el diseño de la empresa CALLER COTTON S.A.C, seguido por la producción de la empresa CORPORACIÓN TEXTIL R&M, la cual se tercerizará los procesos de producción, planchado y etiquetado y se preparará el pedido para el traslado almacén. Posteriormente los pedidos serán recogidos del almacén por el agente de logístico para la exportación.

A continuación, se describen las etapas de la DFI:

Responsable: CALLER COTTOC SAC

- Se seleccionará entre tres proveedores a Textiles Gamarra, por los costos y ubicación.
- Una vez que el proveedor CORPORACIÓN TEXTIL R&M confirme que el pedido está listo se procederá a trasladarlo al almacén. El proveedor ofrece un lead time de 15 a 20 días para producir 200 blusas.
- Se establece el tipo y naturaleza de la carga, la carga es considerada general porque no necesita ningún tipo de tratamiento.
- Se prepara la carga para su exportación, es decir, envase, embalaje, rotulado, marcado y unitarización de bultos.
- Se procede con la separación del booking y la organización de los documentos de embarque.
- Transporte del operador logístico desde el recojo de las cajas de nuestro almacén hasta las instalaciones de la empresa al almacén del Callao y se inicia los trámites de exportación.
- Una vez se tiene el canal de aduanas se procede con los siguientes tramites, si es canal rojo se realiza la revisión documentaria y física.
- Una vez finalizado los trámites de aduana se procede a dejar los documentos en el almacén y esperar que la carga sea estibada al contenedor.
- Envío de documentos vía Courier al importador.
- Seguimiento de la mercancía hasta el puerto del destino, ya que estamos trabajando con el INCOTERM CIF 2020. El agente de aduana se comunicará con Caller Cotton informando el tracking de la mercancía.

- El despacho termina con la entrega de la mercancía al puerto de destino - Puerto de Balboa.

Responsable: **IMPORTADORA MADURO, S.A**

- Una vez se confirme el arribo al puerto de destino se procede con los tramites de despacho de importación, al pago de impuestos y retiro de carga.
- Transporte interno desde el puerto hasta las instalaciones de **IMPORTADORA MADURO, S.A**



Figura 22 Cadena de distribución física internacional

Elaboración propia

4.4.2 Determinación del medio de transporte y operador logístico

Tabla 47: Rango de Tiempo de transporte

Tránsito Marítimo	15 días
Tránsito Aéreo	3 días

Elaboración propia

En la tabla 47 observamos que el tiempo de tránsito marítimo es mayor que el aéreo, información aproximada que nos dio nuestra agencia de aduana.

Tabla 48: Comparación de costos de Transporte

INCOTERM	CFR	CPT
Transporte	Marítimo	Aéreo
Flete	\$280	\$1,422
OTHF / UA	\$30	\$62
Comisión de Agencia	\$100	\$100
Gastos Operativos / AWB	\$30	\$50
Aforo de salir rojo / Handlig	\$30	\$90
Derecho de embarque aprox / FS	\$400	\$94
TOTAL	\$ 870	\$ 1,818

Elaboración propia

Podemos apreciar en la tabla 48, que los costos de transporte marítimo son más bajos en comparación al costo aéreo, esta cotización se aplicaría en la exportación de dos pallets estándar en el Incoterm CFR a la ciudad de Panamá. Se adjunta cotización en los anexos.

Tabla 49: Elección del Medio de Transporte

MEDIOS DE TRANSPORTE	RAPIDEZ T/T		COSTO		EFICIENCIA		PUNTAJE TOTAL
AÉREO	5	30%	2	40%	5	30%	3.8
MARÍTIMO	3	30%	5	40%	5	30%	4.4

Elaboración propia

La tabla 49 es la matriz de selección del medio de transporte, en esta matriz se tomaron en cuenta 3 factores importantes al momento de decidir como son el tiempo de tránsito, el costo y la efectividad, a cada uno se le dio una ponderación y se le asignó un puntaje donde 1 era malo y 5 excelente. Luego de poner la puntuación y sacar el cálculo final se concluyó que el medio de transporte óptimo es el marítimo, debido a que los costos de transporte son más baratos y la eficiencia es alta.

Como siguiente paso para definir el DFI será determinar el Incoterm de venta, para este caso se evaluará entre tres Incoterms:

- **FOB - marítimo**
- **CFR - marítimo**
- **CIF - marítimo**
- **CPT - aéreo**
- **CIP - aéreo**

Tabla 50: Comparación de costos por Incoterm

INCOTERM	FOB	CFR	CIF	CPT	CIP
Transporte	Marítimo	Marítimo	Marítimo	Aéreo	Aéreo
Flete		\$280	\$280	\$1,422	\$1,422
Seguro			\$100		\$100
OTHF / UA		\$30	\$30	\$62	\$62
Comisión de Agencia	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100
Gastos Operativos / BL - AWB	\$30	\$30	\$30	\$50	\$50
Aforo de salir rojo / Handlig	\$30	\$30	\$30	\$90	\$90
Derecho de embarque aprox / FS	\$400	\$400	\$400	\$94	\$94
TOTAL	\$ 560	\$ 870	\$ 970	\$ 1,818	\$ 1,918

Elaboración Propia

En la tabla 50 observamos que el CIP aéreo es el más costoso, pero a su vez más rápido al igual que el CPT. En cuanto al CFR marítimo tiene un costo más bajo que el aéreo, aunque los días de tránsito son 15 días aproximadamente, en cuanto al Incoterm FOB marítimo es el más económico al no contar con el costo de flete y OTHF, pero tienes más riesgo. Finalmente observamos que el CIF marítimo es el más seguro y con un costo promedio.

Tabla 51: Elección del Incoterm

INCOTERMS	COSTOS		EFICIENCIA		EFICIENCIA		PUNTAJE TOTAL
FOB	5	35%	2	35%	4	30%	3.65
CFR	4	35%	3	35%	4	30%	3.65
CIF	3	35%	5	35%	4	30%	4
CPT	2	35%	4	35%	4	30%	3.3
CIP	2	35%	5	35%	4	30%	3.65

Fuente: Elaboración propia se adjunta cotización

En la Tabla 51, observamos que el **Incoterm CIF** tiene mayor puntuación, debido a eso se adecúa mejor a nuestra estrategia de negocio, ya que mi responsabilidad para el seguimiento de la carga será hasta el puerto de destino, transfiriendo los riesgos, costos y mercancías al comprador.

En la Cadena de DFI las blusas de algodón se definirán en dos escenarios tras la negociación cerrada en términos CIF. Considerando la fase de logística de producción, la fase logística local de transporte, como gastos de flete y seguro hasta dejar el contenedor en el Puerto Balboa, listo para la descarga.

INCOTERM CIF 2020

Al vender en CIF, nos encargaremos del manejo logístico y de transporte desde la salida del producto en Lima hasta la entrega de la mercancía al puerto de destino - Puerto de Balbo.

A continuación, se detallará el rango de tiempo para la entrega del producto:

Tabla 52: Rango de Tiempo

Producción	15 días
Acondicionamiento	1 días
Recojo y numeración	3 día
Tránsito Marítimo	15 días
Total	34 días

Elaboración Propia

A continuación, se detalla una lista de las actividades:

- Diseño de modelos y aprobación por parte del cliente (se envía muestras y tendencias).
- Entrega de diseños al maquilador para la producción y etiquetado.
- Control de calidad, si todo está conforme las cajas son trasladadas a nuestro almacén.
- Contrato con el operador logístico para el recojo de la mercancía.
- Reserva de espacio con el operador logístico (booking).
- Trámites aduaneros (aforo en caso aplique).
- Seguro internacional de carga (de tabla).
- Envío de documentos (electrónico).
- Asumiremos el costo del transporte y seguro hasta el destino
- Caller Cotton hará el seguimiento (tracking) de la mercancía hasta el puerto el destino Balboa.

Tabla 53: Cuadro comparativo de operadores logísticos

OPERADORES	COSTO TOTAL	T/T	Atención personalizada
Rayma SAC	\$ 630.00	15 días	90%

Rush Perú	\$ 700.00	15 días	70%
New World	\$ 600.00	23 días	80%

Elaboración Propia

En la tabla 53, podemos apreciar que RAYMA SAC tiene un costo promedio al mercado, un tiempo estándar y la atención es rápida y personalizada, en cuanto al proveedor número dos los costos son un poco mas elevados y la capacidad de respuesta es más lenta, finalmente para el proveedor tres los costos son más bajos pero el tiempo transito más extenso.

Según estas referencias evaluaremos a los tres operadores logísticos calificándoles del 5 (óptimo) al rango de 1 (menos óptimo), con el fin de elegir al más factible para nuestra cadena logística.

Tabla 54: Criterio para elección del Operador Logístico

OPERADORES	COSTOS	EFICIENCIA			ATENCIÓN PERSONALIZADA		PUNTAJE TOTAL
Rayma SAC	5	35%	5	35%	5	30%	5
Rush Perú	3	35%	1	35%	3	30%	2
New World	5	35%	1	35%	4	30%	3

Elaboración Propia

La tabla 54 es la matriz de selección del operador logístico, en esta matriz se tomaron en cuenta 3 factores importantes al momento de decidir los costos, la eficiencia y la atención personalizada, a cada uno se le dio una ponderación y se le asignó un puntaje donde 1 era malo y 5 excelente. Luego de poner la puntuación y sacar el cálculo final se concluyó que el operador logístico seleccionada es RAYMA SAC.

A continuación, se detallan los costos logísticos en los que se incurrirá:

Tabla 55: Costos logísticos de producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN		
TOTAL, UNIDADES: 768 PRENDAS		
COSTO DE PRODUCCION	S/26,880.00	\$7,404.96
GASTOS GENERALES INDIRECTOS (ETIQUETAS) (5 por prenda)	S/400.00	\$110.19
COSTO DE ENVASADO, EMPAQUE Y EMBALAJE	S/2,000.00	\$550.96
BOLSA BIODEGRADABLE	S/300.00	\$82.64
BOLSAS DE PAPEL CON LOGO	S/40.00	\$11.02
CAJAS DE CARTON	S/1,000.00	\$275.48
ETIQUETAS DEL ROTULADO (4XCAJA)	S/60.00	\$16.53
2 PALLET	S/160.00	\$44.08
STRECH FILM	S/30.00	\$8.26
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	S/30,870.00	\$8,504.13

Elaboración propia

En la siguiente tabla se plasma los costos logísticos integrados, que la empresa debe asumir para enviar 2 pallets al puerto Balboa de Panamá, iniciamos enviando dos pallets según acuerdo con el importador y posteriormente se enviará los dos restantes.

Tabla 56 Costo logístico integral

COSTOS LOGISTICOS		
Costos por distribución y embarque	Cta. Soles	Cta. Dólares
Derecho de embarque	S/1,452.00	\$400.00
Seguro	S/363.00	\$ 100
Certificado de origen	S/72.60	\$ 20.00
Transporte interno	S/72.60	\$20.00
Visto Bueno	S/1,016.40	\$280
Comisión de aduanas	S/363.00	\$100

Gastos operativos	S/108.90	\$30.00
Total	S/3,085.50	\$1,130

Elaboración Propia

Certificado de Origen

Para solicitar el trato arancelario preferencial previsto en los acuerdos comerciales y/o regímenes preferenciales de los que el Perú es beneficiario, es necesario que el importador cuente con una PRUEBA DE ORIGEN (certificado de origen o declaración de origen), que cumpla con lo dispuesto en el acuerdo comercial o régimen preferencial bajo el cual se solicitará el trato preferencial en el país de destino de la mercancía.

Panamá y Perú tienen un acuerdo comercial, debido a eso solicitaremos el certificado de origen.

El certificado de origen se obtiene a través del componente origen de la VUCE, y antes de solicitar su emisión el exportador deberá tener aprobada una declaración jurada de origen, en nuestro caso, el agente de aduana se encargará de realizar dicho trámite.

Se adjunta el certificado de origen como anexo.

4.5. Seguro de las mercancías

En cuanto al seguro de mercancías, tendremos uno en específico que nos ofrecerá el operador logístico, ya que nuestra importación será en CIF y se hará de manera más segura.

5.- PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

5.1.- Fijación de precios

5.1.1 Costos y precio

A continuación, se desarrolla la estructura de costos basado en envíos mensuales de \$ 8, 504. 13 (324 KG) blusas de vestir para mujeres a base de algodón que irán en 32 cajas.

Tabla 58: Información General

TOTAL, DE PRENDAS/ AÑO	\$ 40,293.98
TOTAL, PRENDAS/MES	\$ 6,347.11
PESO X PRENDA	0.7KG
PESO X MES	324
PRENDAS POR CAJA	24.00
TOTAL, CAJAS/AÑO	192
TOTAL, CAJAS/MES	32

Elaboración Propia

En la siguiente tabla observamos la información general de nuestra exportación, para comenzar se quedó con el cliente Importadora Maduro S.A., un Retail muy importante en Panamá, inicialmente se exportará 2 paletas cada dos meses de blusas de algodón en un contrato de 3 años; según mejoren las ventas se irá incrementando el pedido mensual.

A continuación, se presentará la tabla de Estructura de Costos de la empresa Caller Cotton S.A.C, en la tabla se reflejarán los costos fijos y variables, como los costos de producción y exportación en el plazo de 12 meses, con envíos bimestrales a Panamá.

Tabla 59: Estructura de Costos

Estructura de costos	Costo unitario o directo (S/.)	Unidad de medida (unidad/kg)	Total (S/.)	Total (US\$)
Laptop	S/2,000.00	4	S/8,000.00	\$ 2,203.86
Impresora multifuncional	S/400.00	1	S/400.00	\$ 110.19
Teléfonos móviles	S/700.00	4	S/2,800.00	\$ 771.35
Escritorios de melamine	S/219.00	4	S/876.00	\$ 241.32
Televisor de 49´	S/1,000.00	1	S/1,000.00	\$ 275.48
Sillas ergonómicas	S/250.00	7	S/1,750.00	\$ 482.09
Armario de melamine	S/250.00	1	S/250.00	\$ 68.87
Total, costos fijos tangibles			S/15,076.00	\$ 4,153.17
Constitución de la sociedad	S/721.00	1	S/721.00	\$ 282.13
Trámites Municipales (Licencia de funcionamiento)	S/39.50	1	S/39.50	\$ 10.88
Inspección técnica de Defensa Civil	S/142.70	1	S/142.70	\$ 39.31
Registro de marca (INDECOPI)	S/534.99	1	S/534.99	\$ 147.38
Alquiler de oficina	S/1,436.00	1	S/1,436.00	\$ 395.59
Sueldos	S/3,000.00	12	S/36,000.00	\$ 9,917.36
Creación de página web (incluido dominio y hosting)	S/400.00	1	S/400.00	\$ 110.19
Publicidad digital por Facebook Ads. / Instagram	S/100.00	12	S/1,200.00	\$ 330.58
Total, costos fijos intangibles			S/40,474.19	\$ 11,149.91
TOTAL, COSTOS FIJOS (CF)			S/55,550.19	\$ 15,303.08
Costo de blusa por unidad (Etiquetado, envasado)	S/30.00	S/4,608.00	S/138,240.00	S/38,082.64
Cajas de cartón corrugado	S/1.30	4608	S/5,999.62	\$ 1,652.79

Servicio de empaque, marcado y rotulado	S/0.44	4608	S/2,027.52	\$ 558.55
Costos de producción			S/146,267.14	\$ 40,293.98
Derecho de embarque	S/1,452.00	6	S/8,712.00	\$ 2,400.00
Transporte Interno	S/254.10	6	S/1,524.60	\$ 420.00
Certificado de origen - ALC Perú y Panamá	S/42.48	6	S/254.88	\$ 70.21
Gastos operativos	S/363.00	6	S/2,178.00	\$ 600.00
Servicio de operador logístico (embalaje, flete interno y seguro)	S/1,488.30	6	S/8,929.80	\$ 2,460.00
Handling / OTHF	S/217.80	6	S/1,306.80	\$ 360.00
Costos de exportación			S/22,906.08	\$ 6,310.21
Mantenimiento de oficina mensual	S/100.00	12	S/1,200.00	\$ 330.58
Útiles de oficina anual	S/300.00	12	S/3,600.00	\$ 991.74
Servicios de luz, agua, internet	S/170.00	12	S/2,040.00	\$ 561.98
Costos administrativos			S/6,840.00	\$ 1,884.30
Cuota e interés por préstamo	1958.6	12	S/50,000.00	\$ 13,774.10
Costos financieros			S/50,000.00	\$ 13,774.10
TOTAL, COSTOS VARIABLES (CV)			S/226,013.22	\$ 62,262.59
COSTOS TOTALES (CF+CV)			S/281,563.41	\$ 77,565.68

Nota: Estructura de Costos Caller Cotton S.A.C. 2020.

Elaboración Propia.

En la tabla anterior observamos la estructura de costos de la empresa **Caller Cotton S.A.C**, cabe mencionar que al ser una empresa nueva se tomarán en cuenta los costos: fijos tangibles e intangibles, los costos variables: de producción, exportación y administrativos, en el periodo de un año y con envíos bimestrales.

TABLA 60: Fijación de Precios – Incoterms

Estructura de costos	Costo unitario o directo (S/.)	Unidad de medida	Total (S/.)	Total (US\$)
Costo unitario de blusa	30	768	23,040.00	6,347.11
Servicio de empaque, marcado y rotulado	0.44	768	337.92	93.09
Cajas de cartón corrugado	1.3	768	998.40	275.04
Costos del producto acondicionado por embarque			24,376.32	6,715.24
Derecho de embarque	1452.00	1	1,452.00	400.00
Transporte Interno	254.10	1 embarque	254.10	70.00
Certificado de origen - ALC Perú y Panamá	42.48	1 embarque	42.48	11.70
Gastos operativos	363.00	1 embarque	363.00	100.00
Servicio de operador logístico (embalaje, flete interno)	108.90	2 pallets LCL	108.90	30.00
Handling	108.90	1 embarque	108.90	30.00
Margen de ganancia (35% del precio FOB)	1,082.76	1 embarque	1,082.76	298.28
Precio FOB APM Terminals, Callao, Incoterms® 2020				12,419.64
Flete internacional CFR/LCL	1,016.40	1 embarque	1,016.40	280.00
Margen de ganancia (35% del precio CPT)	21,042.32	1 embarque	21,042.32	5,861.37
Precio CFR APM Terminals, Puerto Balboa, Incoterms® 2020			70141.06	19,537.90
Póliza de Seguro Internacional CIF/LCL	363		363.00	100.00
Margen de ganancia (35% del CIF)	32,538.49	1 embarque	32,538.49	9,063.65
Precio CIF APM Terminals, Puerto Balboa, Incoterms® 2020				30,212.16

Nota: Fijación de Precios Caller Cotton S.A.C. 2020.

Elaboración Propia.

En la Tabla 60, observamos los costos y precios de exportación según el incoterm, que nos será útil para la elección de Incoterm y la fijación de precios unitarios.

Tabla 61: Criterios para evaluar el precio de demanda y oferta

INCOTERMS	Precio oferta	Cantidad oferta	Precio oferta Total	Precio demanda
Precio FOB APM Terminal Callao, Incoterms ®2010	16.17	768	12,418.56	36
Precio CFR, Puerto Balboa, Incoterms ®2020	25.44	768	19,537.92	40
Precio CIF, Puerto Balboa, Incoterms ®2020	39.339	768	30,212.35	63

Nota: Incoterms 2020.

Elaboración Propia.

Según la tabla N°61 del Simulador para la evaluación del precio de la demanda, observamos que el precio FOB nos da un total de \$ 16.17 dólares, el precio CFR \$ 25, 44 estos precios se encuentran dentro de nuestro rango proyectado, mientras que el precio CIF tiene un costo más elevado al contar con el flete y seguro.

Tabla 62: Precios referenciales del valor unitario de exportación 2019 para el producto de la partida 61061010 - Panamá

Exportadores	Valor Unitario
Perú	63
España	43.33
Jordania	43
Pakistán	43
Jordania	43
Pakistán	43
Hong Kong, China	36.56
Viet Nam	36.2
Colombia	31.94
Brasil	30.67

Nota: Trade Map 2020. Importaciones Panamá.

Se observa el rango de precios que oscila entre 30.67 a 63 dólares americanos. Tomando en cuenta que el estándar es el de 43 dólares americanos. Este historial se

tomará en cuenta al momento de fijar los precios, ya que esta data nos permite saber el costo promedio de la venta de las blusas importadas por Panamá \$ 36.

5.1.2 Cotización internacional

A continuación, se presenta una cotización para el cliente en Panamá:

		CALLER COTTON S.A.C		COTIZACION N°: 001-001																	
Dirección Exportador: Caller Cotton S.A.C Av. Bertoloto 201 - San Miguel ATT: Milagros Caller Depaz TE: 51 5662135																					
SHIPPED TO: Importadora Maduro, S.A P.H. Tower Financial Center, Piso 20 Calle 50 Panamá City Panamá e-mail: sac@maduro.com.pa Telefono: +507 306 5900 Att: Mario Cortizo				COTIZACION N°: 001-007 DATE: 21-nov-20																	
<table border="1"> <thead> <tr> <th>QUANTITY</th> <th>DESCRIPTION</th> <th>UNIT PRICE U\$S</th> <th>AMOUNT U\$S</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>325</td> <td>BLUSAS P/DAMA DE ALGODÓN</td> <td>35.000</td> <td>11,375.00</td> </tr> <tr> <td>239</td> <td>BLUSAS DE ALGOSÓN CON ENCAJE</td> <td>40.00</td> <td>9,560.00</td> </tr> <tr> <td>204</td> <td>BLUSAS P/ DAMA DE ALGODÓN CON APLICACIONES Y BORDADOS</td> <td>45.00</td> <td>9,180.00</td> </tr> </tbody> </table>						QUANTITY	DESCRIPTION	UNIT PRICE U\$S	AMOUNT U\$S	325	BLUSAS P/DAMA DE ALGODÓN	35.000	11,375.00	239	BLUSAS DE ALGOSÓN CON ENCAJE	40.00	9,560.00	204	BLUSAS P/ DAMA DE ALGODÓN CON APLICACIONES Y BORDADOS	45.00	9,180.00
QUANTITY	DESCRIPTION	UNIT PRICE U\$S	AMOUNT U\$S																		
325	BLUSAS P/DAMA DE ALGODÓN	35.000	11,375.00																		
239	BLUSAS DE ALGOSÓN CON ENCAJE	40.00	9,560.00																		
204	BLUSAS P/ DAMA DE ALGODÓN CON APLICACIONES Y BORDADOS	45.00	9,180.00																		
PESO BRUTO DEL PRODUCTO: 384 KILOS PESO NETO DEL PRODUCTO: 390 KILOS Cubicals: Ancho = 1.01 m Largo = 1.20 m Altura = 1.55 m																					

Figura 22 Cotización Internacional

Elaboración: Propia

5.2.- Contrato de compra venta internacional (exportaciones/importaciones) y sus documentos

El contrato de compra venta internacional entre Perú y Panamá se elaborará en español, dado que es el idioma del país destino. El contrato estará basado en los principios que establece la Convención de Viena de 1980.

Según LIMA CHAMBER OF COMMERCE (2020) hay un modelo de contrato para pequeñas empresas como una guía para hacer negocios internacionales.

- **Datos del vendedor (exportador):** CALLER COTTON S.A.C
- **RUC:** 20100152941
- **Dirección:** Av. Bertolotto 270, San Miguel
- **Representante Legal:** Milagros Caller Depaz
- **Datos del comprador (importador):** IMPORTADORA MADURO, S.A
- **Dirección:** P.H. Tower Financial Center, Piso 20 Calle 50 - Panamá
- **Representante Legal:** Mario Cortizo
- **Descripción de productos:** Blusas de vestir femeninas de algodón con diseños.
- **Cantidad de los bienes:** 9,216 prendas de vestir
- **Empaquetado:** 24 unidades en cada caja, cada unidad en una bolsa.

Entrega:

- **Términos de comercio internacional:** INCOTERM CIF 2020
- **Lugar de entrega:** Puerto Balboa
- **Periodo de entrega:** 20 días en Puerto destino

Precio:

- **Precio total anual:** 181,272.96 USD
- **Precio por unidad:** 40.00 USD

- **Moneda:** USD dólares

Condiciones de pago:

- **Forma de pago:** Transferencia Internacional
- **Plazo de pago:** Una vez realizado el embarque
- **Cuenta del banco del exportador:** 0011 – 0921 – 02 – 00026419, Global Bank
- **Documentos:** factura comercial, packing list, documento marítimo de embarque (BL), certificado de origen.

Incumplimiento de la obligación del comprador de pagar el precio en el momento acordado:

- Si el comprador incumple con el pago del precio acordado, tiene el derecho de otorgar un periodo de tiempo adicional de 15 días para el cumplimiento del pago.
- El vendedor tendrá derecho, sin limitación de otros derechos, a cobrar intereses sobre el importe pendiente (tanto antes como después de cualquier sentencia) a razón de 0,5 por año.

Incumplimiento de la obligación del vendedor de entregar los bienes en el momento acordado:

- Si el vendedor incumple con la entrega del pedido, el comprador otorgará un periodo de 10 días adicional para que cumpla con la entrega.

Falta de conformidad:

- El comprador examinará las mercancías, o hará que se examinen en un período corto como sea posible. El comprador notificará al vendedor de alguna inconformidad con los bienes especificando la naturaleza de la inconformidad, teniendo tres días después de haber descubierto la falta de conformidad.

- Cuando el comprador de la noticia de inconformidad al vendedor, este dará sus opciones: reducir el precio en la misma proporción de la inconformidad del valor de los bienes.

Transferencia de bienes:

- El vendedor debe entregar al comprador los bienes especificados en el artículo I de este contrato, libres de cualquier derecho o reclamo de una tercera persona. Evasión del contrato:
- Este es un incumplimiento del contrato donde una de las partes no cumple con sus obligaciones establecidas en el contrato ya sea parcial o total.
- La declaración de evasión del contrato solo es efectiva si una de las partes lo da por terminado.

Fuerza mayor:

- Una parte afectada por fuerza mayor no será considerada como incumpliendo del contrato, pero será responsable ante la otra parte, para ello se deberá notificar a la otra parte de lo sucedido.

Principios aplicables y orientativos:

- Este contrato se realizará en un espíritu de buena fe y de trato justo.
- Ley y justificación aplicable: conciliación y juicios posteriores se someterá a las siguientes autoridades internacionales: Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías.

5.3 Elección y aplicación del Incoterm

Para poder hacer una elección del INCOTERM se debe escoger el medio de transporte, dado que es una exportación las opciones serian marítimo y aéreo, para ello se evaluarán las ventajas y desventajas de ambos pudiendo definir el medio de transporte.

Tabla 62: Ventajas y desventajas de transportes internacionales

Transporte	Marítimo	Aéreo
	Fletes más bajos.	Rapidez.
Ventajas	Mayor capacidad de carga. Continuidad de operaciones. Embalaje resistente y duradero, más costoso.	Embalaje no especializado. Inventarios bajos Limites en su capacidad.
Desventajas	Lentitud de buques. Frecuencia menor. Poca accesibilidad a los puertos.	Fletes más costosos.

Nota: Diario del exportador, 2016.

Elaboración Propia

En la tabla en mención se observa las ventajas y desventajas de los tipos de transporte, esto nos permitirá identificar el medio que mejor se adapta a nuestra empresa.

Seguidamente se evaluarán los principales Incoterms y sus beneficios: responsabilidad, riesgos y mercancía:

Incoterms[®] 2020

Incoterms[®] 2020 Rules Responsibility Quick Reference Guide

Groups	Freight Collect Terms						Freight Prepaid Terms	
	Any Mode or Modes of Transport		Sea and Inland Waterway Transport				Any Mode	
Incoterm[®]	EXW Ex Works (Place)	FCA Free Carrier (Place)	FAS Free Alongside Ship (Port)	FOB Free On Board (Port)	CFR Cost and Freight (Port)	CIF Cost Insurance & Freight (Port)	CPT Carriage Paid To (Place)	CIP Carriage & Insurance Paid to (Place)
Transfer of Risk	At Buyer's Disposal	On Buyer's Transport	Alongside Ship	On Board Vessel	On Board Vessel	On Board Vessel	At Carrier	At Carrier

Figura 23: BusinexPort

En la figura anterior, podemos apreciar los Incoterms 2020 y hasta dónde llega la responsabilidad del exportador como el importador como importador.

Tabla 63: Comparación de costos por Incoterm

INCOTERM	FOB	CFR	CIF	CPT	CIP
Transporte	Marítimo	Marítimo	Marítimo	Aéreo	Aéreo
Flete		\$280	\$280	\$1,422	\$1,422
Seguro			\$100		\$100
OTHF / UA		\$30	\$30	\$62	\$62
Comisión de Agencia	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100
Gastos Operativos / BL - AWB	\$30	\$30	\$30	\$50	\$50
Aforo de salir rojo / Handlig	\$30	\$30	\$30	\$90	\$90
Derecho de embarque aprox / FS	\$400	\$400	\$400	\$94	\$94
TOTAL	\$ 560	\$ 870	\$ 970	\$ 1,818	\$ 1,918

Nota: Comparación de Costos por Incoterm.

Elaboración Propia

En la tabla 63, observamos que el CPT y el CIP aéreo son los más costosos, pero a su vez más rápidos. En cuanto a los Incoterms marítimos FOB, CFR y CIF tienen un costo más bajo que el aéreo, aunque los días de tránsito son 15 días aproximadamente. El Incoterm FOB es el más económico al no contar con el costo de flete y seguro. Finalmente, el incoterm CIF es uno de los más recomendables ya que contamos con una póliza de seguro de la mercancía hasta el puerto de destino, permitiéndonos tener mayor control de nuestra exportación.

Tabla 64: Elección del Incoterm

INCOTERMS	COSTOS		EFICIENCIA		EFICIENCIA		PUNTAJE TOTAL
FOB	5	35%	2	35%	4	30%	3.65
CFR	4	35%	3	35%	4	30%	3.65
CIF	3	35%	5	35%	4	30%	4
CPT	2	35%	4	35%	4	30%	3.3
CIP	2	35%	5	35%	4	30%	3.65

Nota: Elección del Incoterm Caller Cotton SAC.

Elaboración Propia

En la Tabla 64, observamos que el **Incoterm CIF** tiene mayor puntuación, debido a eso se adecúa mejor a nuestra estrategia de negocio, ya que mi responsabilidad para el seguimiento de la carga será hasta el puerto de destino, transfiriendo los riesgos, costos y mercancías al comprador.

En la Cadena de DFI las blusas de algodón se definirán en dos escenarios tras la negociación cerrada en términos CIF. Considerando la fase de logística de producción, la fase logística local de transporte, como gastos de flete y seguro hasta dejar el contenedor en el Puerto Balboa, listo para la descarga.

INCOTERM CIF 2020

Al vender en CIF, nos encargaremos del manejo logístico y de transporte desde la salida del producto en Lima hasta la entrega de la mercancía al puerto de destino - Puerto de Balbo.

Mediante la utilización del Incoterm correspondiente se podrá definir lo siguiente:

- Obligaciones de entrega y recepción de mercadería
- Gastos y riesgos
- Responsabilidad sobre seguro, transporte de carga y formalidades

La empresa **CALLER COTTON S.A.C** realizará sus exportaciones en el **INCOTERM CIF 2020**

- Caller Cotton S.A.C entrega la mercancía a bordo del buque, debe contratar y pagar los costos, el seguro y el flete hasta el puerto de destino.
- Asumiremos el costo del transporte hasta el destino, pero se transmite el riesgo al comprador cuando la mercancía llega al primer porteador.
- Caller Cotton también asumirá el despacho de aduanas de exportación.
- Caller Cotton hará el seguimiento (tracking) de la mercancía hasta el puerto el destino Balboa.
- El importador se comunicará con Caller Cotton S.A.C., dando conformidad de la recepción según el Incoterm pactado.

5.4.- Determinación del medio de pago y cobro

El medio de pago para Caller Cotton S.A.C será la Transferencia Internacional (T/T) de fondos, el 30% será transferido en adelanto y el 70% restante contra liberación de documentos de embarque. las ventajas que la transferencia tiene son:

Para el importador:

- Rapidez en la tramitación
- Si el pago es por reposición, se realiza con posterioridad a la recepción de las mercancías.

Para el exportador:

- Rapidez en su recepción desde que el importador hace el pago
- Seguridad en el pago, ya que el mismo es irrevocable.
- Gastos bancarios menos elevados que en el cheque bancario o personal. Asimismo, hay que analizar la relación entrega de la mercancía-pago.
- Si el pago es anterior a la entrega de las mercancías representa un inconveniente para el importador, ya que corre con el coste de la financiación y cabe el riesgo de incumplimiento por parte del vendedor (exportador).
- Si el pago es posterior a la entrega de las mercancías, representa un inconveniente para el exportador, ya que corre con el coste de la financiación y el riesgo de incumplimiento por parte del importador (comprador). Los inconvenientes que la transferencia tiene son:

Para el importador:

- Con relación al cheque personal, deja de obtener los beneficios que le puede dar la demora en el pago.
- Inmovilización de los fondos en el momento de la orden.
- Mayor coste bancario que en el cheque personal

Para el exportador:

- No hay inconvenientes a resaltar
- Asimismo, hay que analizar la relación entrega de la mercancía-pago
- Si el pago es anterior a la entrega de las mercancías, representa un inconveniente para el importador, ya que corre con el coste de la financiación y cabe el riesgo de incumplimiento por parte del vendedor (exportador).

- Si el pago es posterior a la entrega de las mercancías, representa un inconveniente para el exportador, ya que el mismo corre con el coste de la financiación y cabe el riesgo de incumplimiento por parte del importador (comprador).

El banco con el que trabajaremos es el Banco de Crédito de Perú, esto se debe ya que en el banco se encuentran nuestra cuenta corriente como empresa.

A continuación, las tarifas por transferencias internacionales del BCP:

Monto US\$	Tarifa
Hasta US\$ 500.00	US\$ 19.00 ó S/. 59.66*
De US\$ 500.01 a US\$ 3,000.00	US\$ 26.00 ó S/. 81.64*
De US\$ 3,000.01 a US\$ 5,000.00	US\$ 30.00 ó S/. 94.20*
US\$ 5,000.01 a US\$ 10,000.00	US\$ 35.00 ó S/. 109.90*

Figura 24: Tarifas de operaciones al exterior BCP. Vía BCP, Cartilla Informativa.

5.5.- Elección del régimen de exportación o de importación

La empresa CALLER COTTON S.A.C., trabajará bajo el régimen de exportación definitiva por trámite regular al ser el valor del monto exportado mayor a USD 2,000 siendo necesario los servicios de una agencia de aduanas.

DESPACHO	
<ul style="list-style-type: none"> • Información General • Acerca del Teledespacho • Bajar los Instaladores • Instaladores Mailware • Liquidación de Cobranza • Terminales • SISCA- Consulta de Relación Detallada de Contenedores Autorizados • Estructura Web Service: Relación detallada de Contenedores 	Régimenes, Operaciones y Destinos Especiales <ul style="list-style-type: none"> • Importación Definitiva - ID • Admisión Temp. Reexportación • <u>Exportación Definitiva - ED</u> • Exportación Temporal - ET • ET - para Reimportación • ET - para Perfeccionamiento pasivo • Depósito • Reembarque

Figura 25: Regímenes de Exportación

Fuente: SUNAT

Este régimen aduanero es aplicable en este caso, el cual es un producto en libre circulación que sale del territorio aduanero para su consumo definitivo en la ciudad de Panamá. Para lo cual, se deben considerar los siguientes documentos necesarios para completar la exportación.

- Factura comercial
- Packing List
- Bill of Lading
- Certificado de origen con Panamá

A futuro pensamos acogernos al beneficio de Drawback (COD 13), con la importación de hilos o algunos complementos para nuestros diseños de blusas.

5.6.- Gestión aduanera del comercio internacional

Para describir el despacho aduanero se hará la selección del operador logístico.

Tabla 65: Cuadro comparativo de operadores logísticos

OPERADORES	COSTO TOTAL	T/T	Atención personalizada
Rayma SAC	\$ 970.00	15 días	90%
Rush Perú	\$ 900.00	15 días	70%
New World	\$ 1000.00	23 días	80%

Nota: Cuadro comparativos de precios logísticos.

Elaboración Propia

En la tabla 65, podemos apreciar que RAYMA SAC tiene un costo promedio al mercado, un tiempo estándar y la atención es rápida y personalizada, en cuanto al proveedor número dos los costos son un poco más elevados y la capacidad de respuesta es más lenta, finalmente para el proveedor tres los costos son más bajos pero el tiempo transito más extenso.

Según estas referencias evaluaremos a los tres operadores logísticos calificándoles del 5 (óptimo) al rango de 1 (menos óptimo), con el fin de elegir al más factible para nuestra cadena logística.

Tabla 66: Criterio para elección del Operador Logístico

OPERADORES	COSTOS		EFICIENCIA		ATENCIÓN PERSONALIZADA		PUNTAJE TOTAL
Rayma SAC	5	35%	5	35%	5	30%	5
Rush Perú	3	35%	1	35%	3	30%	2
New World	5	35%	1	35%	4	30%	3

Nota: Criterio para elección de operador logístico. Elaboración Propia

La tabla 66 es la matriz de selección del operador logístico, en esta matriz se tomaron en cuenta 3 factores importantes al momento de decidir los costos, la eficiencia y la atención personalizada, a cada uno se le dio una ponderación y se le asignó un puntaje donde 1 era malo y 5 excelente. Luego de poner la puntuación y sacar el cálculo final se concluyó que el operador logístico seleccionada es RAYMA SAC. Cabe señalar que después de la elección de nuestro Operador Logístico Rayma SAC, la exportación se realizará bajo el Incoterm CIF, mediante vía marítima. Los productos serán embalados debidamente en cajas de cartón donde irán 24 blusas embolsadas en una caja. Las cajas serán señaladas con pictogramas donde están detalladas las indicaciones para su correcto transporte y evitar daños.

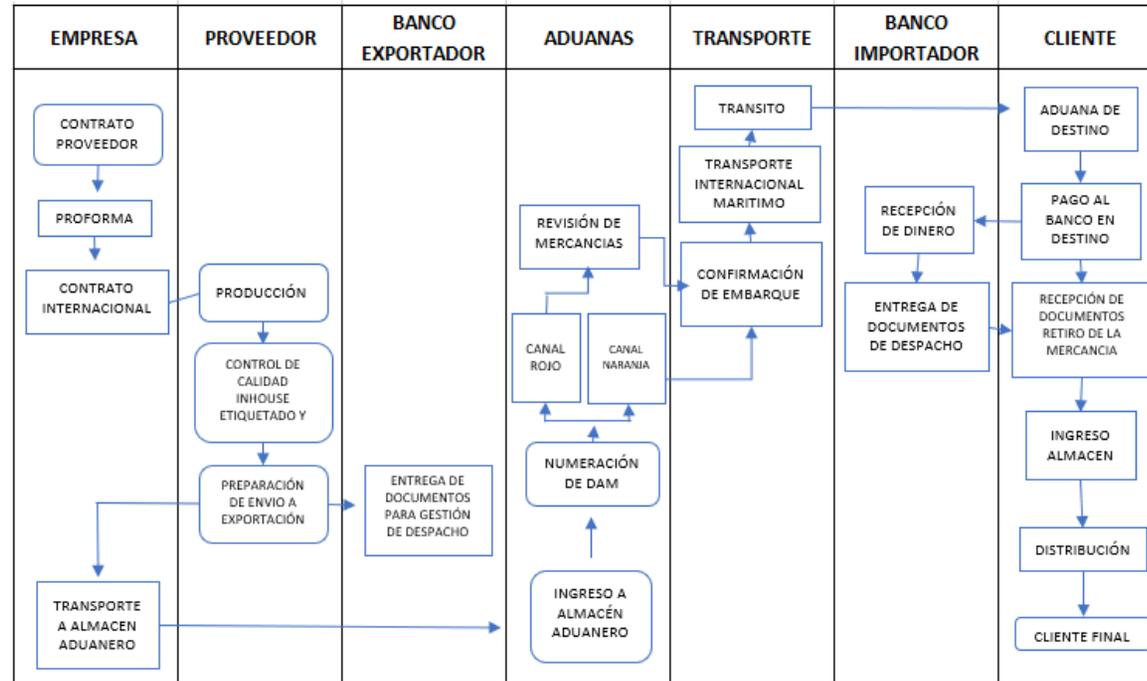
Los trámites y gestiones del Agente de Aduanas a realizar serán las siguientes:

1. Recojo y traslado de la mercancía de nuestros almacenes.
2. El despachador de aduana transmite electrónicamente la información de datos provisionales contenidos en la Declaración de Mercancías a la intendencia de aduana en la jurisdicción donde se encuentra la mercancía.
3. Se realiza la validación de los datos de la DAM, procediendo con la conformidad de los datos.
4. Se numera la DAM, procediendo con la conformidad de los datos.
5. La mercancía ingresa al depósito temporal requisito previo a la selección del control de la DAM.
6. El almacenero, concluirá la recepción de la mercancía, llevando el registro electrónico donde se consigue la fecha y hora de ingreso total de la mercancía.
7. Se envía vía electrónica la información relativa a la recepción de la mercancía.

8. Se asigna el canal y al ser una empresa nueva, lo que corresponde es que se asigne canal rojo.
9. En el reconocimiento físico, se verificarán la naturaleza, valor y peso de la mercancía. Asimismo, se verifica que haya sido correctamente clasificada, esto se efectúa en presencia del exportador y/o despachador de aduanas y/o representante del almacén es en forma aleatoria; ya revisada la mercancía y no presentado alguna observación se procede a dar el levante para que la carga proceda con el embarque.
10. Seguimiento de la mercancía hasta el puerto del destino, ya que estamos trabajando con el INCOTERM CIF 2020. El agente de aduana se comunicará con Caller Cotton informando el tracking de la mercancía.
11. El despacho termina con la regularización del despacho.

5.7.- Gestión de las operaciones de exportación / importación: Flujo grama

A continuación, se detalla el proceso de exportación definitiva:



Elaboración Propia

5.8.- Gestión de las operaciones de producción del bien o servicio a ejecutar:
Flujo Grama.

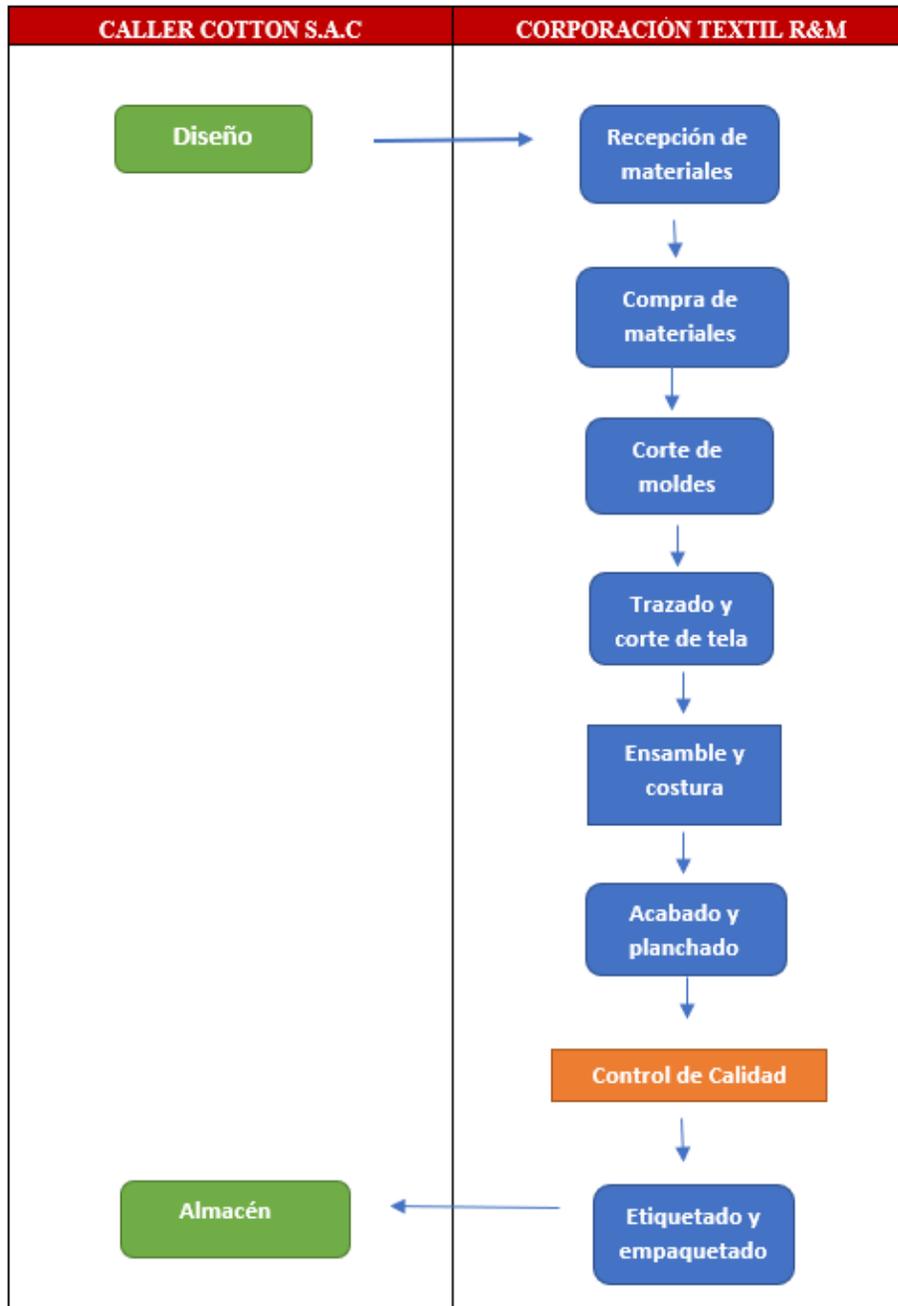


Figura 27: Proceso de producción

Elaboración Propia

6.- PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

En función al dimensionamiento de la capacidad productiva del proyecto se determinará cuáles son los bienes de capital que se requieren para cumplir con la producción que se ofertará al mercado panameño en el periodo de 5 años, así como el dinero efectivo inicial para empezar la producción.

Así mismo determinaremos los montos de dinero que se requieren para la elaboración de la producción, así como los ingresos por la venta de esos productos que serán ofertados al mercado de consumo de Panamá, preparándonos en los aspectos que se consideran en los estados financieros

Finalmente, fundamentaremos la ejecución del proyecto mediante la determinación de los parámetros de medición que justifica la inversión y el beneficio que pudiese determinarse desde el punto de vista económico, financiero y social.

6.1 Inversión Fija

6.1 1 Activos tangibles

Los valores presentados en la tabla N° 67, corresponden a la compra de activos fijos necesarios para el funcionamiento de la empresa Caller Cotton S.A.C

Tabla 67: Activos tangibles

EQUIPAMIENTO DE OFICINA					
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNIT. / IGV	PRECIO UNIT. / CON IGV	V. TOTAL SOLES SIN IGV	V. TOTAL DÓLARES SIN IGV
Computadora y sistemas	4	2000	2,360.0	8,000.0	2,203.9
Impresora	1	400	472.0	400.0	110.2
Televisor de 49´	1	1000	1,180.0	1,000.0	275.5
Equipo Celulares	4	700	826.0	2,800.0	771.3
Sillas de Escritorio	7	250	295.0	1,750.0	482.1

Armario de melamine	1	250	295.0	250.0	68.9
Muebles escritorio	4	219	258.4	876.0	241.3
				S/15,076.0	\$ 4,153.2

OTROS

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNIT. / IGV	PRECIO UNIT. / CON IGV	V. TOTAL SOLES SIN IGV	V. TOTAL DÓLARES CON IGV
Extintores	4	59	69.62	236.00	65.01
Botiquín	1	200	236.00	200.00	55.10
Fotoclocks del personal	4	10	11.80	40.00	11.02
Artículos eléctricos	1	5000	5,900.00	5,000.00	1,377.41
				S/5,476.0	\$ 1,508.5
TOTAL, INVERSIÓN FIJA TANGIBLE				S/20,552.0	\$ 5,661.7

Nota: Activos Tangibles.

Elaboración Propia

En la tabla 67, en mención podemos observar el detalle del equipamiento de las oficinas como los activos complementarios que se necesitaran para el inicio de actividades.

6.1 2 Activos Intangibles

En la tabla N.º 68, se muestra la inversión de los activos constituidos por servicios o derechos adquiridos que son indispensables para ejecutar el presente plan de negocios.

Tabla 68: Activos intangibles

ELABORACION DEL PLAN DE NEGOCIO					
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	PRECIO CON IGV	V. TOTAL SOLES	V. TOTAL DÓLARES
Elaboración del Plan de Negocio	1	1500	1,770.0	1,500.0	413.2
				S/1,500.0	\$413.2
CONSTITUCIÓN					

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	V. TOTAL
Constitución de la empresa	1	720	849.6	720.0	198.3
Licencia de funcionamiento	1	40	47.2	40.0	11.0
Inspección de defensa civil	1	143	168.7	143.0	39.4
Inscripción de planillas	1	50	59.0	50.0	13.8
Legalización de libros contables	2	60	70.8	120.0	33.1
				S/1,073.0	\$295.6
REGISTROS					
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	V. TOTAL
Registro de marca ante Indecopi	1	535	631.3	535.0	147.4
				S/535.0	\$147.4
OTROS					
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	V. TOTAL
Softwares	1	800	944.0	800.0	220.4
				S/800.0	\$220.4
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD					
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	PRECIO CON IGV	V. TOTAL	V. TOTAL
Promoción y publicidad	1	500	590.0	500.0	137.7
				S/500.0	\$137.7
TOTAL, INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE				S/3,608.0	\$993.9

Nota: Activos Intangibles.

Elaboración Propia

6.2. Capital de Trabajo

La tabla N° 69, muestra el cálculo del capital de trabajo para cubrir los costos de producción, exportación, gastos de ventas y gastos administrativos de **Caller Cotton S.A.C.**

Tabla 69: Capital de Trabajo

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO SIN IGV	V. TOTAL SOLES	V. TOTAL DÓLARES
Capital de trabajo	1	80,000.0	80,000.0	22,038.6
			80,000.0	22,038.6

Nota: Capital de Trabajo.

Elaboración Propia

6.3. Inversión Total

En la tabla N° 70, se muestra la inversión total inicial para poner en marcha el presente plan de negocios.

Tabla 70: Inversión Total

DETALLE	V. TOTAL SOLES	V. TOTAL DÓLARES
TOTAL, INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	20,552.00	5,661.71
TOTAL, INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	3,608.20	993.99
TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO	80,000.00	22,038.57
INVERSIÓN TOTAL	104,160.20	28,694.27

Nota: Inversión Total.

Elaboración Propia

6.4. Estructura de Inversión y Financiamiento

La empresa **Caller Cotton S.A.C.**, obtendrá el financiamiento del Banco de Crédito del Perú, por el monto de S/ 50,000, en el plazo de 36 meses con una tasa de interés anual del 27%.

Tabla 71: Cronograma de Pagos del Préstamo

N° cuota	Valor de la Cuota	Intereses	Capital	Saldo
				50,000
1	1958.60	995.17	963.43	49036.57
2	1958.60	975.99	982.61	48053.96
3	1958.60	956.43	1002.16	47051.80
4	1958.60	936.49	1022.11	46029.68
5	1958.60	916.14	1042.45	44987.23
6	1958.60	895.40	1063.20	43924.03
7	1958.60	874.23	1084.36	42839.66
8	1958.60	852.65	1105.95	41733.72
9	1958.60	830.64	1127.96	40605.76
10	1958.60	808.19	1150.41	39455.35
11	1958.60	785.29	1173.31	38282.04
12	1958.60	761.94	1196.66	37085.38
13	1958.60	738.12	1220.48	35864.91
14	1958.60	713.83	1244.77	34620.14
15	1958.60	689.06	1269.54	33350.60
16	1958.60	663.79	1294.81	32055.79
17	1958.60	638.02	1320.58	30735.21
18	1958.60	611.73	1346.87	29388.34
19	1958.60	584.93	1373.67	28014.67
20	1958.60	557.58	1401.01	26613.65
21	1958.60	529.70	1428.90	25184.76
22	1958.60	501.26	1457.34	23727.42
23	1958.60	472.25	1486.34	22241.07
24	1958.60	442.67	1515.93	20725.15
25	1958.60	412.50	1546.10	19179.05
26	1958.60	381.73	1576.87	17602.18
27	1958.60	350.34	1608.26	15993.92
28	1958.60	318.33	1640.27	14353.65
29	1958.60	285.69	1672.91	12680.74
30	1958.60	252.39	1706.21	10974.53
31	1958.60	218.43	1740.17	9234.36
32	1958.60	183.79	1774.80	7459.56

33	1958.60	148.47	1810.13	5649.43
34	1958.60	112.44	1846.16	3803.28
35	1958.60	75.70	1882.90	1920.38
36	1958.60	38.22	1920.38	0.00
TOTAL	70509.53	20509.53	50000.00	

Nota: Cronograma de pagos consumo BCP.

6.5. Fuentes financieras y condiciones de crédito

Para la selección de la fuente de financiamiento se tomó en cuenta los bancos que se encuentran en la base de datos de la SBS.

Tasas Activas Anuales de las Operaciones en Moneda Nacional Realizadas en los Últimos 30 Días Útiles Po

Moneda Nacional Moneda Extranjera

Tasa Anual (%)	BBVA	Comercio	Crédito	Pichincha	BIF	Scotiabank
Microempresas	14.30	1.00	15.50	30.10	10.60	5.12
Tarjetas de Crédito	35.44	-	25.23	40.70	-	-
Descuentos	13.92	-	18.58	9.29	-	7.90
Préstamos Revolventes	-	-	-	-	10.60	-
Préstamos a cuota fija hasta 30 días	14.95	-	-	38.57	-	-
Préstamos a cuota fija de 31 a 90 días	13.63	-	-	30.55	-	-
Préstamos a cuota fija de 91 a 180 días	12.62	-	31.41	38.75	-	-
Préstamos a cuota fija de 181 a 360 días	17.92	-	44.22	36.18	-	-
Préstamos a cuota fija a más de 360 días	4.27	1.00	13.40	29.81	-	5.12
Consumo	35.41	17.26	<u>26.68</u>	39.60	16.89	32.16
Tarjetas de Crédito	49.61	27.49	36.35	40.43	30.00	37.73
Préstamos Revolventes	11.33	-	-	-	-	-
Préstamos no Revolventes para automóviles	13.40	-	10.61	12.39	10.86	8.83
Préstamos no Revolventes para libre disponibilidad hasta 360 días	13.28	33.94	81.76	36.76	9.37	8.04
Préstamos no Revolventes para libre disponibilidad a más de 360 días	14.11	17.16	13.36	38.53	12.85	13.76
Créditos pignoraticios	-	51.38	-	-	-	-
Hipotecarios	6.24	8.61	6.24	9.20	7.48	6.46

Figura 28: SBS 2020.

Posteriormente de acuerdo a las facilidades y flexibilidad se decidió requerir el préstamo al banco de Crédito del Perú, el mismo que tiene como normativa lo siguiente:

Este contrato señala las condiciones bajo las cuales el BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ (el "BANCO") podrá otorgar a la persona cuyos datos y dirección se detallan en la solicitud que antecede y forma parte de este contrato (el "CLIENTE"), un crédito denominado "Crédito Negocios".

PRIMERA: DEL CRÉDITO

Una vez aprobada la solicitud del CLIENTE, el BANCO otorgará a favor de aquél un Crédito Negocios por la suma inicial, plazo y finalidad indicados en la Hoja Resumen anexa a este contrato (la "Hoja Resumen"), la misma que forma parte del mismo. El desembolso se hará en la cuenta bancaria que se indica en el Anexo de este contrato.

El CLIENTE declara conocer y aceptar el derecho del BANCO a no desembolsar el Crédito Negocios si por cualquier motivo variaran de modo adverso las condiciones del mercado financiero, las condiciones políticas, económicas o legales, la situación financiera del CLIENTE o, en general, las circunstancias bajo las cuales el BANCO aprobó el Crédito Negocios. El BANCO podrá comunicar dicha decisión al CLIENTE por escrito o a través de cualquier otro medio establecido en este contrato. El ejercicio de este derecho por parte del BANCO no generará a favor del CLIENTE derecho de reclamar para sí el pago de suma alguna por ningún concepto ni la aplicación de penalidad alguna en contra del BANCO. Del mismo modo, en caso el CLIENTE comunicara al BANCO su decisión de retractarse de su solicitud con anterioridad al desembolso del Crédito Negocios, el BANCO no tendrá derecho de reclamar para sí el pago de suma alguna por ningún concepto ni de aplicar penalidad alguna en contra del CLIENTE.

Si el Crédito Negocios no fuese aprobado, o por cualquier motivo no fuese desembolsado, el BANCO podrá destruir los documentos que le fueron entregados por el CLIENTE para la evaluación respectiva.

SEGUNDA: DE LA CUENTA CRÉDITO PERSONAL

La cuenta en la que se desembolse el Crédito Negocios, según lo señalado en el primer párrafo de la cláusula primera de este contrato, será denominada "Cuenta Crédito Negocios".

El BANCO podrá cargar en la Cuenta Crédito Negocios el capital del crédito desembolsado, los intereses, gastos, comisiones y penalidades, si fuere el caso, a cargo del CLIENTE frente al BANCO derivada del Crédito Negocios.

TERCERA: DE LOS INTERESES, COMISIONES Y GASTOS

La tasa de interés compensatorio efectiva anual fija, comisiones, gastos, tasa de interés moratorio efectiva anual fija o penalidades aplicables en caso de incumplimiento que el BANCO cobrará, serán las que se señalan en la Hoja Resumen.

6.6. Presupuesto de costos

Dentro del presupuesto de costos, encontramos los costos: fijos y variables. Los costos fijos comprenden el pago de servicios básicos, generales y contables de la empresa.

Tabla 72: Costos Fijos

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO UNITARIO CON IGV	COSTO ANUAL EN SOLES	COSTO ANUAL EN DÓLARES
Alquiler	12	1231	1,452	14,772	4,069
Servicios básicos	12	85	100	1,020	281
Servicios generales	12	339	400	4,068	1,121
Servicios contables	12	593	700	7,116	1,960
Internet móvil	12	51	60	612	169
		2,299	2,712	27,588	7,600

Nota: Costos Fijos, Caller Cotton SAC. Elaboración propia.

También se considerará como costos fijos los sueldos y beneficios de los trabajadores:

Tabla 73: Costos Fijos

TRABAJADOR	RETRIB. ECON. MENS	AÑO 1						MENSUAL SOLES	MENSUAL DÓLARES
		RETRIB. ECONO. ANUAL	ESSALUD	GRATIFICACIÓN	CTS	VACACIONES	ANUAL		
Gerente General	2,000	24,000	2,160	4,000	2,333	2,000	34,493	2,874	792
Gerente Comercial	1,800	21,600	1,944	3,600	2,100	1,800	31,044	2,587	713
Gerente de Operaciones	1,800	21,600	1,944	3,600	2,100	1,800	31,044	2,587	713
Asistente de Operaciones	1,500	18,000	1,620	3,000	1,750	1,500	25,870	2,156	594
							122,451	10,204	2,811

Nota: Costos Fijos Caller Cotton SAC.

Elaboración propia.

Tabla 74: Costos Variables

COSTOS VARIABLES	MESES DEL AÑO 1						
DETALLE:	Enero	Marzo	Mayo	Julio	Septiembre	Noviembre	Total, anual
Producción	26,161.0	26,161.0	26,161.0	26,161.0	26,161.0	26,161.0	156,966.1
Costos de exportación	3,107.0	3,107.0	3,107.0	3,107.0	3,107.0	3,107.0	18,642.2
Viáticos	1,694.9	1,694.9	1,694.9	1,694.9	1,694.9	1,694.9	10,169.5
Publicidad	1,694.9	1,694.9	1,694.9	1,694.9	1,694.9	1,694.9	10,169.5
Almaceneros	1,694.9	1,694.9	1,694.9	1,694.9	1,694.9	1,694.9	10,169.5
TOTAL	34,352.8	34,352.8	34,352.8	34,352.8	34,352.8	34,352.8	206,116.8

Nota: Costos Variables Caller Cotton SAC.

Elaboración propia.

En la tabla 74, se observa el registro de los costos variables: producción, exportación, viáticos, publicidad y almaceneros para las 6 primeras exportaciones en el año, ya que en nuestro contrato señala que nuestras exportaciones serán bimestralmente, hasta que podamos posicionarnos en el mercado y así incrementar nuestras ventas.

6.7. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio permite determinar el nivel de ingresos necesarios para cubrir los costos totales. La tabla N° 75, muestran el punto de equilibrio anual en nuevos soles.

Tabla 75: Punto de equilibrio (soles)

Producto	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Blusas de algodón	403,837	407,688	410,653	415,611	423,578

Nota: Punto de equilibrio, Caller Cotton SAC. Elaboración propia.

6.8. Tributación de la exportación

La exportación de bienes no está afectada a ningún tributo. La SUNAT, busca facilitar la salida al exterior de las mercancías, para mejorar la competitividad y oferta del país. Existen dos beneficios tributarios a los cuales se pueden acoger las empresas exportadoras, la Devolución del IGV y el Drawback.

6.9. Presupuesto de ingresos

Para nuestro proyecto registraremos ingresos operacionales, los mismos que están formados por la determinación del precio y proyección anual. Inicialmente se tomo en cuenta tres modelos de prendas con precios diferentes:

Precio Blusas

Descripción	Precio
Modelo 1	90
Modelo 2	100
Modelo 3	110

La cantidad demandada mensual según el contrato es de **768** unidades, que se exportará cada dos meses a Panamá.

Tabla 76: Ingresos Operativos

INGRESOS OPERATIVOS	MESES DEL AÑO 1												TOTAL
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Blusa modelo 1 (Con IGV)	90		90		90		90		90		90		
Cantidad	325		325		325		325		325		325		
Total Ingresos Servicio 1	29,250		29,250		29,250		29,250		29,250		29,250		175,500
Blusa modelo 2 (Con IGV)	100		100		100		100		100		100		
Cantidad	239		239		239		239		239		239		
Total Ingresos Servicio 2	23,900		23,900		23,900		23,900		23,900		23,900		143,400
Blusa modelo 3 (Con IGV)	110		110		110		110		110		110		
Cantidad	204		204		204		204		204		204		
Total Ingresos Servicio 3	22,440		22,440		22,440		22,440		22,440		22,440		134,640
Total, de ingresos proyectados	75,590		75,590		75,590		75,590		75,590		75,590		453,540

Nota: Ingresos Operativos Cotton SAC.

Elaboración propia.

6.10 Presupuesto de egresos

Nuestro presupuesto de egresos está formado por nuestros costos fijos y variables:

Tabla 77: Costos fijos

Costos Fijos					
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO UNITARIO CON IGV	COSTO ANUAL EN SOLES	COSTO ANUAL EN DÓLARES
Alquiler	12	1231	1,453	14,772	4,069
Servicios básicos	12	85	100	1,020	281
Servicios generales	12	339	400	4,068	1,121
Servicios contables	12	593	700	7,116	1,960
Internet móvil	12	51	60	612	169
		2,299	2,713	27,588	7,600

Nota: Costos Fijos Caller Cotton SAC.

Elaboración propia.

Tabla 78: Sueldos

TRABAJADOR	RETRIB. ECON. MENS	AÑO 1						MENSUAL SOLES	MENSUAL DÓLARES
		RETRIB. ECONO. ANUAL	ESSALUD	GRATIFICACIÓN	CTS	VACACIONES	ANUAL		
Gerente General	2,000	24,000	2,160	4,000	2,333	2,000	34,493	2,874	792
Gerente Comercial	1,800	21,600	1,944	3,600	2,100	1,800	31,044	2,587	713
Gerente de Operaciones	1,800	21,600	1,944	3,600	2,100	1,800	31,044	2,587	713
Asistente de Operaciones	1,500	18,000	1,620	3,000	1,750	1,500	25,870	2,156	594
							122,451	10,204	2,811

Nota: Sueldos Caller Cotton SAC.

Elaboración propia.

Tabla 79: Costos Variables

COSTOS VARIABLES	MESES DEL AÑO 1						
DETALLE:	Enero	Marzo	Mayo	Julio	Septiembre	Noviembre	Total, anual
Producción	26,161.0	26,161.0	26,161.0	26,161.0	26,161.0	26,161.0	156,966.1
Costos de exportación	3,107.0	3,107.0	3,107.0	3,107.0	3,107.0	3,107.0	18,642.2
Viáticos	1,694.9	1,694.9	1,694.9	1,694.9	1,694.9	1,694.9	10,169.5
Publicidad	1,694.9	1,694.9	1,694.9	1,694.9	1,694.9	1,694.9	10,169.5
Almaceneros	1,694.9	1,694.9	1,694.9	1,694.9	1,694.9	1,694.9	10,169.5
TOTAL	34,352.8	34,352.8	34,352.8	34,352.8	34,352.8	34,352.8	206,116.8

Nota: Costos variables Caller Cotton SAC.

Elaboración propia.

6.11. Flujo de caja proyectado

El siguiente cuadro es el flujo de caja económico proyectado para los primeros 5 años de operaciones, no se considera el financiamiento de la Inversión Inicial

Tabla 80: Flujo de Caja Económico

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		453,540.0	467,100.0	481,260.0	495,480.0	510,840.0
Ingresos operativos		453,540.0	467,100.0	481,260.0	495,480.0	510,840.0
Ingresos no operativos						
COSTO Y GASTOS		396,104.7	403,321.2	410,651.3	416,706.6	424,674.0
Costos fijos		150,031.0	150,031.0	150,031.0	150,031.0	150,031.0
Costos Variables		243,217.8	250,514.3	257,844.4	265,579.7	273,547.1
Depreciación		2,395.9	2,395.9	2,395.9	715.9	715.9
Amortización intangible		460.0	380.0	380.0	380.0	380.0
UTILIDAD OPERATIVA		57,435.3	63,778.8	70,608.7	78,773.4	86,166.0
Impuesto		6,803.1	7,006.5	7,218.9	7,432.2	7,662.6
UTILIDAD NETA		50,632.2	56,772.3	63,389.8	71,341.2	78,503.4
Depreciación		2,395.9	2,395.9	2,395.9	715.9	715.9
Amortización intangible		380.0	380.0	380.0	380.0	380.0
Valor Residual						780.5
Inversiones	-104,160.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-104,160.2	53,408.1	59,548.2	66,165.7	72,437.1	80,379.8
FCE ACUMULADO	-104,160.2	-50,752.1	8,796.1	74,961.8	147,398.9	227,778.7

Nota: Flujo de Caja Económico, Caller Cotton SAC.

Elaboración propia.

Determinación del COK

TREMA Inversionista 1	15%
Participación Inversionista 1	50%
TREMA Inversionista 2	35%
Participación Inversionista 2	50%
COK	25%

	COK	VALOR
VANE	25%	S/. 66,563.07
TIRE		51%
PRIE		1.85
B/C Económico		S/. 3.19

Para el Flujo de Caja Financiero se ha recopilado información de los cuadros previos y proyectado para 5 años. También se considera el FC acumulado para la determinación del PRIF como el financiamiento.

Tabla 81: Flujos de Caja Financiero

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		453,540.0	467,100.0	481,260.0	495,480.0	510,840.0
Ingresos operativos		453,540.0	467,100.0	481,260.0	495,480.0	510,840.0
Ingresos no operativos						
COSTO Y GASTOS		406,693.3	410,464.2	413,429.3	416,706.6	424,674.0
Costos fijos		150,031.0	150,031.0	150,031.0	150,031.0	150,031.0
Costos Variables		243,217.8	250,514.3	257,844.4	265,579.7	273,547.1
Intereses		10,588.6	7,142.9	2,778.0		
Depreciación		2,395.9	2,395.9	2,395.9	715.9	715.9
Amortización intangible		460.0	380.0	380.0	380.0	380.0
UTILIDAD OPERATIVA		46,846.7	56,635.8	67,830.7	78,773.4	86,166.0
Impuesto		6,803.1	7,006.5	7,218.9	7,432.2	7,662.6
UTILIDAD NETA		40,043.6	49,629.3	60,611.8	71,341.2	78,503.4
Depreciación		2,395.9	2,395.9	2,395.9	715.9	715.9
Valor Residual						780.5
Amortización		-12,914.6	-16,360.2	-20,725.1		
Inversiones	-104,160.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Préstamo	50,000.0					
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-54,160.2	29,524.9	35,665.0	42,282.6	72,057.1	79,999.8
FCF ACUMULADO	-54,160.2	-24,635.3	11,029.7	53,312.3	125,369.4	205,369.2

Nota: Flujo de Caja Financiero, Caller Cotton SAC.

Elaboración propia.

Determinación de la WACC

Costo del patrimonio (COK)	25%
Participación del patrimonio	52%
Costo Financiamiento	27%
Participación de terceros	48%
Impuesto a la renta	11%
WACC	24.35%

	WACC	VALOR
VANF	24.4%	S/. 71,670.83
TIRF		68%
PRIF		1.69
B/C Financiero		S/. 4.79

6.12. Estado de Ganancias y Pérdida

El siguiente estado financiero, refleja la situación proyectada de la empresa a nivel de ventas, gastos y utilidades, en el cual se ve reflejado a lo largo de los 5 años que la empresa es rentable.

Tabla 82: Estado de Ganancias y Pérdida

RECURSOS	Expresado en Soles por año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) VENTAS NETAS	453,540.0	467,100.0	481,260.0	495,480.0	510,840.0
(-) COSTO DE VENTAS	231,217.8	238,154.3	245,113.6	252,467.0	260,041.0
UTILIDAD BRUTA	222,322.2	228,945.7	236,146.4	243,013.0	250,799.0
(-) GASTOS					
ADMINISTRATIVOS	150,031.0	150,031.0	150,031.0	150,031.0	150,031.0
(-) GASTOS DE VENTAS	12,000.0	12,360.0	12,730.8	13,112.7	13,506.1
(-) DEPRECIACIÓN	2,395.9	2,395.9	2,395.9	715.9	715.9
UTILIDAD OPERATIVA	57,895.3	64,158.8	70,988.7	79,153.4	86,546.0

(+) INGRESOS FINANCIEROS	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
(+) INGRESOS VARIOS	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
(-) GASTOS FINANCIEROS	10,588.6	7,142.9	2,778.0		
(-) GASTOS VARIOS	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
UTILIDAD ANTES IMPUESTO	47,306.7	57,015.8	68,210.7	79,153.4	86,546.0
(-) IMPUESTO A LA RENTA	13,245.9	15,964.4	19,099.0	22,163.0	24,232.9
UTILIDAD NETA	34,060.9	41,051.4	49,111.7	56,990.5	62,313.1

Nota: Estado de pérdidas y ganancias, Caller Cotton SAC.

Elaboración propia.

6.14. Evaluación de la Inversión

6.14.1.- Evaluación Económica

En cuanto a los resultados vemos que el COK, costo de oportunidad es de 25%, el cual es aceptable para la inversión.

En cuanto al VAN tiene un valor altamente positivo el cual genera valor.

En cuanto al TIR también es positivo y tiene un rango aceptado, es capaz de devolver el capital invertido más una ganancia adicional, por lo tanto, el proyecto será rentable.

Determinación del COK

TREMA Inversionista 1	15%
Participación Inversionista 1	50%
TREMA Inversionista 2	35%
Participación Inversionista 2	50%
COK	25%

	COK	VALOR
VANE	25%	S/. 66,563.07
TIRE		51%
PRIE		1.85
B/C Económico		S/. 3.19

6.14.2. Evaluación Financiera

En cuanto a los resultados vemos que el WAK, la tasa libre de riesgo, es del 24.35%

En cuanto al VAN tiene un valor altamente positivo el cual genera valor.

En cuanto al TIR también es positivo y tiene un rango aceptado, es capaz de devolver el capital invertido más una ganancia adicional, por lo tanto, el proyecto será rentable.

Determinación de la WACC

Costo del patrimonio (COK)	25%
Participación del patrimonio	52%
Costo Financiamiento	27%
Participación de terceros	48%
Impuesto a la renta	11%
WACC	24.35%

	WACC	VALOR
VANF	24.4%	S/. 71,670.83
TIRF		68%
PRIF		1.69
B/C Financiero		S/. 4.79

6.14.3. Evaluación social

La empresa **CALLER COTTON S.A.C.** a través de la marca Caller Cotton exportará prendas para damas elaboradas con nuestro algodón peruano, el cual tiene un prestigio ya ganado a nivel mundial; nuestras prendas se caracterizan por la calidad, suavidad y diseños originales con que fueron elaboradas, darán un toque de elegancia a la mujer como también contribuirán con el cuidado y salud de la piel ya que no generan alergias, es suave al tacto, e ideal para las largas temperaturas

de calor que presenta Panamá durante todo el año, también favorecen a la preservación del medio ambiente y el desarrollo sostenible.

Por sus colores y diseños, calidad de las prendas, versatilidad, la exportación de prendas de algodón ha venido incrementándose los últimos años, sin considerar este 2020 que por la recesión de la economía a consecuencia de la pandemia se tuvo una baja temporal; por otro lado en el informe de PromPerú los principales destinos para las prendas del algodón peruano son Estados Unidos, Venezuela, Brasil, Alemania, Panamá y Chile, además de considerar que grandes cadenas de Retails tienen maquilas en Lima - Perú, para distribución nacional e internacional.

6.14.4 Impacto ambiental

Como bien se mencionó desarrollaremos moda sostenible, bajo esa filosofía se trabajará en pro del cuidado del medio ambiente, es por ello que se usarán bolsas biodegradables para la exportación de nuestro producto, también el uso del algodón en nuestras prendas promoverá mayor sostenibilidad y menos mermas.

6.15.-Evaluación de costo oportunidad del capital de trabajo

Determinación del COK

TREMA Inversionista 1	15%
Participación Inversionista 1	50%
TREMA Inversionista 2	35%
Participación Inversionista 2	50%
COK	25%

	COK	VALOR
VANE	25%	S/. 66,563.07

TIRE		51%
PRIE		1.85
B/C Económico		S/. 3.19

Determinación de la WACC

Costo del patrimonio (COK)	25%
Participación del patrimonio	52%
Costo Financiamiento	27%
Participación de terceros	48%
Impuesto a la renta	11%
WACC	24.35%

	WACC	VALOR
VANF	24.4%	S/. 71,670.83
TIRF		68%
PRIF		1.69
B/C Financiero		S/. 4.79

6.16.-Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Tipo de Cambio	VANE	TIRE	B/C	VANF	TIRF	B/C
3.55	39,700.53	41%	2.70	44,808.06	51%	3.86
3.60	54,745.28	47%	2.97	66,907.93	64%	4.38
3.63	66,563.07	51%	3.19	71,670.83	68%	4.79
3.70	92,262.11	61%	3.65%	96,598.95	83%	5.69
3.75	108,122.74	67%	3.94	112,770.10	94%	6.24

En la tabla anterior se muestra el análisis de sensibilidad y como el tipo de cambio influye en los diferentes indicadores económico y financieros.

El análisis de sensibilidad consiste en suponer variaciones que castiguen el presupuesto de caja, se puede considerar como ejemplo la disminución de un porcentaje en ingresos por ventas o un aumento porcentual en los costos y/o gastos

que podrían darse por un incremento del tipo de cambio, este escenario se considera negativo para cualquier importador. Ante el caso de un incremento del tipo de cambio la empresa podría utilizar un Forward de Divisas que realiza un acuerdo entre el importador y el exportador a un tipo de cambio acordado a futuro, el cual refleja el diferencial de las tasas.

7.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1.- Conclusiones

1. Se concluye que el plan de negocio de la empresa CALLER COTTON S.A.C es conveniente y ofrece una oportunidad de exportar un producto con el valor agregado y modelo de negocio diferente que hoy en día valora el consumidor final, asimismo genera fuentes de trabajo.
2. Se concluye del estudio realizado, que el mercado de Panamá viene siendo uno de los mejores destinos para la exportación de prendas de algodón, debido a su aumento en la demanda y preferencia de productos provenientes de Perú.
3. La tercerización del proceso de producción permite a la empresa enfocar su atención en los diseños de las prendas y a su vez a la elaboración de estrategias que tengan como objetivo satisfacer al consumidor de manera eficaz y eficiente, lo cual permitirá a su vez obtener un mayor margen de rentabilidad.
4. Se determina que el mercado panameño es asertivo a nuestro producto, esto nos permitirá generar mayor interés y posicionamiento por nuestras prendas, ya que diferenciará la calidad de la tela, diseño y precio de nuestro producto.
5. En cuanto al Estado de Ganancias y Pérdidas se observa el crecimiento de la rentabilidad en los cinco años proyectados.
6. De acuerdo a la evaluación económica - financiera realizada, se llega a la conclusión que el plan de negocio es viable, teniendo una TIR Económica de 51% y una TIR Financiero de 68 % por encima del costo financiero. A su vez nos genera un VAN económico de s/. 66,563.07 y un VAN financiero de s/. 71,670.83 positivo y muy alentador para poder invertir en este negocio.

7.2.- Recomendaciones.

1. Se recomienda cumplir con las estrategias establecidas en el plan de negocio para el proceso de introducción del producto, teniendo una sólida relación con las empresas que apuestan por nuestro producto.
2. Así mismo, se recomienda cumplir con las estrategias de promoción y posicionamiento a fin de que nos permita lograr con lo pronosticado y así poder llegar a las ventas programadas.
3. Explorar nuevos canales de comercialización con el objetivo de generar mayor rentabilidad para el negocio, en los últimos años el internet y las redes sociales juegan un papel muy importante para la comercialización, ya que permiten llegar fácil y directamente al cliente, así mismo tener una relación estrecha con el cliente y conocer sus necesidades y preferencias.
4. Se recomienda la ejecución del proyecto de plan de negocio. La oportunidad de invertir en dicho negocio resulta rentable según lo demostrado por los indicadores que arrojan resultados atractivos, además las expectativas de crecimiento son positivas tomando en cuenta el rendimiento en la evaluación económico-financiero.
5. Analizar los resultados financieros con la asesoría de personal calificado para definir el actuar de la empresa en los próximos 5 años.

Referencias

1. *Banco Mundial. (2020)*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/FR.INR.RINR?locations=PA>
2. *INDECOPI. (2020)*. Obtenido de Registro de marcas y otros signos: <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
3. *SUNARP. (s.f.)*. www.sunarp.gob.pe. Obtenido de SUNARP: <https://www.sunarp.gob.pe/formatos-formularios.asp#parentHorizontalTab2>
4. *INEI. (2010)*. Obtenido de <https://proyectos.inei.gob.pe/CIIU/>
5. *SUNAT. (2020)*. Obtenido de <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-a-la-renta-empresas/regimen-general-del-impuesto-a-la-renta-empresas/declaracion-y-pago-del-impuesto-a-la-renta-empresas>
6. *Municipalidad de San Miguel. (2020)*. Obtenido de <http://www.munisanmiguel.gob.pe/servicios/licencias-de-funcionamiento/>
7. *SUNAT. (2017)*. Obtenido de [www.sunat.gob.pe: http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias](http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias)
8. *TRADEMAP. (2020)*. Obtenido de https://www.trademap.org/Product_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c591%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c%7c1%7c1%7c1%7c1
9. *CREDITEX. (2020)*. Obtenido de [http://www.creditex.com.pe/excelencia-creditex/materiaprima\(133\).html](http://www.creditex.com.pe/excelencia-creditex/materiaprima(133).html)
10. *SIICEX. (2020)*. Obtenido de https://www.siicex.gob.pe/promperustat/frmPaises_x_Partida.aspx

11. *MINCETUR*. (2020). Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/Panama/perfil_tshirts2.html
12. *MINCETUR*. (2020). Obtenido de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/349204/PDM_Panama.pdf
13. *ADEX*. (2020). Obtenido de <http://prueba.adexdatatrade.com/Login.aspx?ReturnUrl=%2fMembers%2fRankingProductos.aspx>
14. *MINERPA*. (2020). Obtenido por <https://minerpa.com.pa/indice-mensual-de-actividad-economica/>
15. *Diario del exportador*. (2016). Obtenido de <http://www.diariodelexportador.com/2015/07/quemedio-de-transporte-debo-elegir.html>
16. *TRADEMAP*. (2020). Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c6106%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c
1

Anexos:

Anexo 1



OPERADOR LOGISTICO RAYMA SAC

Agente de Carga
Asesoría en Comercio Exterior

Señores :
Milagros Caller

PROFORMA: 2020/000324
BELLAVISTA:12/11/2020

Att : Servicio Logístico Integral de Importación y Exportación
 Telef :

VIA	: MARITIMA	VOLUMEN	: 4CBM	T. TRANSITO	: 15 DIAS APROX
POL	: CALLADO, PERU	MERCANCIA	: Blusas de algodón p	SALIDAS	: SEMANALES
POD	: PANAMA, BALBOA	CANTIDAD	: 2 PALLET	SERVICIO	: VIA COLON
INCOTERMS	: CFR	NAVE	:	VALIDEZ	: 30/11/2020
PESO TOTAL	: 649KG	CARGA	: CONSOL	ALMACEN	:

Observaciones:
 * Tarifa del Flete aplica para carga general, no hazmat (Imo).
 * Tarifa sujeta a variación dependiendo de los detalles finales de la carga.

SERVICIOS	DOLARES	EUR
FLETE MARITIMO	280.00	
OTHF	30.00	
COMISION DE AGENCIA	100.00	
GASTOS OPERATIVOS	30.00	
AFORO DE SALIR ROJO	30.00	
DERECHO DE EMBARQUE APROX	400.00	
TRANSPORTE LOCAL		X CONFIRMAR

SIRVASE DEPOSITAR EL TOTAL DEL IMPORTE EN CUALQUIERA DE NUESTRAS CUENTAS :



Banco : Banco de crédito del Perú (BCP).
 Beneficiario : OPERADOR LOGISTICO RAYMA S.A.C.
 Cta. Cte. Soles : 191-2264857-0-41
 CCI : 002-191-002264857041-58

Banco : Banco de crédito del Perú (BCP).
 Beneficiario : OPERADOR LOGISTICO RAYMA S.A.C.
 Cta. Cte. Dolares : 191-2327571-1-27
 CCI : 002-191-002327571127-55

Nombre : ANGELICA BRAVO COTERA
 Correo : comercial@rayma.com.pe
 Móvil : 977302184

TOTAL DE SERVICIOS	560.00	0.00
I.G.V. 18 %	100.80	0.00
TOTAL PROFORMA	USD 970.80	EUR 0.00

CALENRIQUE GINOCCHIO NRO. 160 URB. MI REFUGIO (FRENTE A PLAZA VEA DE LA COLONIAL) BELLAVISTA

Anexo 2



Agente de Carga
Asesoría en Comercio Exterior

OPERADOR LOGISTICO RAYMA SAC

Señores :
Milagros Caller

PROFORMA: 2020/000322
BELLAVISTA:12/11/2020

Att : Servicio Logístico Integral de Importación y Exportación
Telef :

VIA	: AEREO	VOLUMEN	: X CONFIRMAR	T. TRANSITO	: 2-4 DIAS
POL	: LIMA, PERU	MERCANCIA	: Blusas de algodón p	SALIDAS	: JUEVES
POD	: PANAMA	CONTENEDOR	: CONSOL	SERVICIO	: Via Bogota
INCOTERMS	: CFR	NAVE/ AEROLINEA	: AERCARIBE	VALIDEZ	: 08/11/2020
PESO TOTAL	: 649KG	CUT OF	: 12:00 HORAS UN DA	ALMACEN	:

Observaciones:

- * Tarifa del Flete aplica para carga general, no hazmat (Imo).
- * Tarifa sujeta a variación dependiendo de los detalles finales de la carga.

SERVICIOS	DOLARES	EUR
FLETE AEREO	1,422.04	
UA	62.45	
FS	94.00	
AWB	50.00	
HANDLIG	90.00	
COMISION DE AGENCIA	100.00	
GASTOS OPERATIVOS	20.00	
TRANSPORTE LOCAL	X CONFIRMAR	

SIRVASE DEPOSITAR EL TOTAL DEL IMPORTE EN CUALQUIERA DE NUESTRAS CUENTAS :



Banco : Banco de crédito del Perú (BCP).
Beneficiario : OPERADOR LOGISTICO RAYMA S.A.C.
Cta. Cte. Soles : 191-2264857-0-41
CCI : 002-191-002264857041-58

Banco : Banco de crédito del Perú (BCP).
Beneficiario : OPERADOR LOGISTICO RAYMA S.A.C.
Cta. Cte. Dolares : 191-2327571-1-27
CCI : 002-191-002327571127-55



Nombre : ANGELICA BRAVO COTERA
Correo : comercial@rayma.com.pe
Móvil : 977302184

TOTAL DE SERVICIOS	210.00	0.00
I.G.V. 18 %	37.80	0.00
TOTAL PROFORMA	USD 1,876.29	EUR 0.00

CAL ENRIQUE GINOCCHIO NRO. 160 URB. MI REFUGIO (FRENTE A PLAZA VEA DE LA COLONIAL) BELLAVISTA
Teléfono :

Anexo 3

1. Nombre y Dirección del Exportador: CALLER COTTON S.A.C - AV. BERLOLOTTO 270 LIMA - LIMA SAN MIGUEL - PERÚ Teléfono: 051 5662135 Fax: 051 5662135 Correo electrónico: milagros caller@hotmail.com Número de Registro Fiscal: 20476578098		Certificado 2020 - 21 - 0056321 <p style="text-align: center;">CERTIFICADO DE ORIGEN Tratado de Libre Comercio entre Panamá y el Perú (Ver instrucciones al reverso)</p>				
2. Nombre y Dirección del Productor: Teléfono: _____ Fax: _____ Correo electrónico: _____ Número de Registro Fiscal: 1		3. Nombre y Dirección del Importador: IMPORTADORA MADURO S.A. - PH TOWER FINANCIAL CENTER PISO 20, CALLE 50 PANAMÁ - PANAMÁ Teléfono: 0507 306 - 5900 Fax: 0507 6607 - 8999 Correo electrónico: sac@maduro.com.pa Número de Registro Fiscal: 558-472-101708-80				
4. Item	5. Descripción de las Mercancías	6. Clasificación Arancelaria SA (6 dígitos)	7. Número de la Factura	8. Valor en Factura	9. Criterio de Origen	
1	BLUSAS P/DAMA DE ALGODÓN	610610	001-1	\$ 11,375	c	
2	BLUSAS DE ALGODÓN CON ENCAJE	610610	001-1	\$ 9,560	c	
3	BLUSAS P/DAMA DE ALGODÓN CON APLICACIONES Y BORDADOS	610610	001-1	\$ 9,180	c	
10. Observaciones _____						
11. Declaración del exportador: El abajo firmante declara bajo juramento que la información consignada en este Certificado de Origen es correcta y verdadera y que las mercancías fueron producidas en Perú (País) y cumplen con las disposiciones del Capítulo 3 (Reglas de Origen y Procedimientos de Origen) establecidas en el Tratado de Libre Comercio entre Panamá y el Perú, y exportadas a Panamá (País de importación) CALLER COTTON S.A.C Milagros Caller Depaz Representante Legal Lugar y fecha, firma del exportador: Lima-Perú, 14 de Noviembre del 2020		12. Certificación de la entidad autorizada: Sobre la base del control efectuado, se certifica por este medio que la información aquí señalada es correcta y que las mercancías descritas cumplen con las disposiciones del Tratado de Libre Comercio entre Panamá y el Perú. Lima-Perú, 14 de Noviembre del 2020  Lugar y fecha, nombre y firma del funcionario y sello de la entidad autorizada Dirección: Calle Uno Oeste N 950 Urb. Corpac-San Isidro, Lima - Perú Teléfono: (511) 5136100 anexo 8030 Fax: (511) 5136100 anexo 8090 Correo electrónico: origen@mincetur.gob.pe				