



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

**EXPORTACIÓN DE TÍTERES PARA DEDOS ELABORADOS DE  
LANA DE ALPACA PARA MADRES CON NIÑOS DE 0 A 05  
AÑOS DE EDAD A LA CIUDAD DE DUBLÍN**

**PRESENTADA POR  
STEFANY PEBE MELÉNDEZ**

**PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

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

**LIMA – PERÚ**

**2017**



**CC BY-NC**

**Reconocimiento – No comercial**

La autora permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, y aunque en las nuevas creaciones deban reconocerse la autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos.

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



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

**INTERNACIONALES**

**PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**EXPORTACIÓN DE TÍTERES PARA DEDOS ELABORADOS DE LANA DE  
ALPACA PARA MADRES CON NIÑOS DE 0 A 05 AÑOS DE EDAD A LA CIUDAD  
DE DUBLÍN**

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

**PRESENTADO POR:  
STEFANY PEBE MELÉNDEZ**

**LIMA, PERÚ**

**2017**

## **DEDICATORIA**

En primer lugar, agradecer a Dios por guiar mis pasos, a mi madre Olga Isabel que estuvo conmigo cada día apoyándome sin importar la hora, dándome la motivación y fuerza necesaria para seguir adelante y a mi Mamá Chabuquita que, aunque no esté presente; este paso es para ella también.

RESUMEN EJECUTIVO .....	10
1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN .....	11
2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES .....	12
2.1 Nombre o razón social.....	12
2.2 Actividad económica o codificación internacional (CIIU) .....	12
2.3 Ubicación y factibilidad municipal y sectorial.....	14
2.4 Objetivos de la empresa, principio de la empresa en marcha .....	17
2.5 Políticas empresariales .....	19
2.6 Ley de mypes, micro y pequeña empresa características.....	20
2.7 Estructura orgánica.....	22
2.8 Asignación de personal .....	25
2.9 Forma jurídica empresarial.....	30
2.10 Registro de marca y procedimiento en Indecopi .....	31
2.11 Requisitos y trámites municipales .....	40
2.12 Régimen tributario.....	44
2.13 Registro de planillas electrónicas (PLAME).....	47
2.14 Régimen laboral general y laboral especial.....	49
2.15 Modalidades de contratos laborales.....	52
2.16 Contratos comerciales y responsabilidad civil de los accionistas .....	57
3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL .....	59
3.1 Descripción del producto .....	59
3.1.1 Clasificación arancelaria.....	62
3.1.2 Propuesta de valor.....	63
3.1.3 Ficha técnica comercial.....	65
3.2 Análisis del mercado objetivo .....	66
3.2.1 Segmentación de mercado objetivo .....	75
3.2.2 Tendencias de consumo .....	81
3.3 Análisis de la oferta y la demanda .....	84
3.3.1 Análisis de la oferta .....	84
3.3.2 Análisis de la demanda .....	87
3.4 Estrategias de ventas y distribución .....	89

3.4.1	Estrategias de segmentación .....	89
3.4.2	Estrategias de posicionamiento.....	90
3.4.3	Estrategias de distribución .....	91
3.5	Estrategias de promoción .....	91
3.6	Tamaño de la planta .....	95
4.	PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL .....	96
4.1	Envases, empaques y embalaje .....	96
4.2	Diseño del rotulado y marcado.....	98
4.2.1	Diseño del rotulado .....	98
4.2.2	Diseño del marcado.....	99
4.3	Unitarización y cubicaje de la carga .....	100
4.4	Cadena de DFI de exportación .....	103
4.5	Seguro de las mercancías .....	104
5.	PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL .....	105
5.1	Fijación de precios .....	105
5.1.1	Costos y precios .....	105
5.1.2	Cotización internacional .....	110
5.2	Contrato de compra venta internacional.....	114
5.3	Elección y aplicación del INCOTERM.....	117
5.4	Determinación del medio de pago y cobro.....	119
5.5	Elección de régimen de exportación .....	123
5.6	Gestión aduanera del comercio internacional .....	123
5.7	Gestión de las operaciones de exportación .....	124
6.	PLAN ECONÓMICO FINANCIERO.....	126
6.1	Inversión fija .....	126
6.1.1	Activos tangibles.....	126
6.1.2	Activos intangibles.....	127
6.2	Capital de trabajo .....	127
6.3	Inversión total.....	128
6.4	Estructura de inversión y financiamiento.....	129
6.5	Fuentes financieras y condiciones de crédito.....	129
6.6	Presupuesto de costos.....	131

6.7	Punto de equilibrio .....	133
6.8	Tributación de la exportación.....	136
6.8.1	Presupuesto de ingresos .....	136
6.8.2	Presupuesto de egresos .....	136
6.9	Flujo de caja proyectado .....	137
6.10	Estado de ganancias y pérdidas .....	138
6.11	Evaluación de la inversión.....	139
6.11.1	Evaluación económica .....	139
6.11.2	Evaluación financiera.....	140
6.12	Evaluación social .....	140
6.13	Impacto ambiental .....	140
6.14	Evaluación de costo de oportunidad del capital de trabajo .....	141
6.15	Cuadro de riesgo del tipo de cambio .....	142
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	143
7.1	Conclusiones .....	143
7.2	Recomendaciones.....	144
	REFERENCIAS.....	145

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Clasificación de la CIU .....	13
Tabla 2 Ponderación de distritos posibles para el Almacén - Oficina .....	14
Tabla 3 Análisis FODA de TITEANDINOS E.I.R.L .....	19
Tabla 4 Diferencias entre Micro, Pequeña y Mediana Empresa.....	21
Tabla 5 Relación de trabajadores de TITEANDINOS E.I.R.L.....	25
Tabla 6 Detalle de Asignación de Personal de TITEANDINOS E.I.R.L – Régimen Especial Laboral .....	26
Tabla 7 Detalle de Recibo por honorarios al asesor contable de TITEANDINOS E.I.R.L.....	26
Tabla 8 Mano de obra requerido para producir un pedido de 5000 unidades en un mes en TITEANDINOS E.I.R.L .....	27
Tabla 9 Detalle de recibo por honorarios a tejedoras de TITEANDINOS E.I.R.L .....	28
Tabla 10 Detalle de recibo por honorarios a armadoras de TITEANDINOS E.I.R.L.....	29
Tabla 11 Detalle de recibo por honorarios a bordadoras de TITEANDINOS E.I.R.L .....	29
Tabla 12 Detalle de recibo por honorarios a empaquetadores de TITEANDINOS E.I.R.L....	29
Tabla 13 Detalle de Planilla Electrónica.....	48
Tabla 14 Sujetos obligados a declarar mediante Planilla Electrónica .....	48
Tabla 15 Ficha técnica de los Títeres para dedos elaborados de lana de Alpaca por TITELLER.....	65
Tabla 16 Países importadores para el producto: 60 Tejidos de Punto .....	67
Tabla 17 Países de la Unión Europea importadores para el producto: 60 Tejidos de Punto ...	68
Tabla 18 Países importadores para el producto: 60 Tejidos de Punto desde Perú.....	69
Tabla 19 Países importadores de la Unión Europea para el producto: 60 Tejidos de Punto desde Perú .....	70
Tabla 20 Exportaciones realizadas desde Perú (Aduana Aérea) hacia el mundo en base a la partida 6006100000 .....	71
Tabla 21 Niños menores de 15 años en la Unión Europea .....	73
Tabla 22 Distribución de la población en Irlanda por edades.....	80
Tabla 23 Gastos de consumo por categoría en Irlanda – 2011 .....	82



Tabla 24 Comportamiento de las ventas a distancia en Irlanda.....	83
Tabla 25 Principales países productores de lana de Alpaca .....	84
Tabla 26 Principales establecimientos en sector juguetes y decoración del hogar en Dublín.	85
Tabla 27 Principales establecimientos en sector artesanías y manualidades.....	86
Tabla 28 Lista de mercados proveedores para el producto importado por Irlanda.....	87
Tabla 29 Tasa de natalidad de los Países de ingresos altos .....	88
Tabla 30 Características del Empaque.....	96
Tabla 31 Características del embalaje.....	97
Tabla 32 Características del embalaje.....	100
Tabla 33 Cubicaje de los títeres en una caja de cartón .....	101
Tabla 34 Peso bruto de la bolsa ziploc por unidad contenida.....	102
Tabla 35 Peso total de la mercadería enviada.....	102
Tabla 36 Costo Total de materia prima utilizada para la elaboración de 5000 títeres para dedo .....	105
Tabla 37 Cantidad y costo de insumos necesarios para la elaboración de 5000 títeres para dedo.....	107
Tabla 38 Costo total por mano de obra necesaria para la elaboración de 5000 títeres para dedo .....	108
Tabla 39 Estructura de Costos de Exportación de la Empresa – 1 mes.....	109
Tabla 40 Activos Tangibles de TITEANDINOS E.I.R.L.....	126
Tabla 41 Activos Intangibles de TITEANDINOS E.I.R.L.....	127
Tabla 42 Capital de trabajo de TITEANDINOS E.I.R.L.....	127
Tabla 43 Inversión Total en Activo Fijo y Diferido de TITEANDINOS E.I.R.L.....	128
Tabla 44 Plan de Inversión de TITEANDINOS E.I.R.L .....	128
Tabla 45 Financiamiento de la Inversión de TITEANDINOS E.I.R.L .....	129
Tabla 46 Opciones de Financiación.....	129
Tabla 47 Gastos de Administración de TITEANDINOS E.I.R.L.....	131
Tabla 48 Gastos de Oficina de TITEANDINOS E.I.R.L .....	131
Tabla 49 Costos Administrativos de TITEANDINOS E.I.R.L .....	132
Tabla 50 Costos de Venta de TITEANDINOS E.I.R.L.....	132

Tabla 51 Costos Operacionales de TITEANDINOS E.I.R.L .....	133
Tabla 52 Costos Totales de Operación de TITEANDINOS E.I.R.L .....	133
Tabla 53 Precio de Venta de Títeres para dedo hecho de lana de alpaca en TITEANDINOS E.I.R.L.....	134
Tabla 54 Público Objetivo de TITEANDINOS E.I.R.L.....	134
Tabla 55 Determinación del Punto de Equilibrio de TITEANDINOS E.I.R.L.....	135
Tabla 56 Presupuesto de Ingresos en Equilibrio Anual de TITEANDINOS E.I.R.L.....	136
Tabla 57 Presupuesto de Egresos de TITEANDINOS E.I.R.L .....	136
Tabla 58 Presupuesto de depreciación de TITEANDINOS E.I.R.L.....	137
Tabla 59 Flujo de Caja de TITEANDINOS E.I.R.L.....	137
Tabla 60 Estado de Ganancias y Pérdidas de TITEANDINOS E.I.R.L .....	138
Tabla 61 Evaluación de Costo de Oportunidad – Costo de Capital Propio .....	141
Tabla 62 Evaluación de Riesgo del tipo de cambio .....	142

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo de negocio - Canvas .....	11
Figura 2. Mapa de distribución del local .....	16
Figura 3. Ubicación del local .....	17
Figura 4. Estructura Orgánica de TITEANDINOS E.I.R.L.....	24
Figura 5. Marca TITELLER .....	31
Figura 6. Modelo de Búsqueda de Antecedentes.....	35
Figura 7. Modelo de Solicitud de Registro de Marca de Producto y/o Servicio .....	37
Figura 8. Ejemplo de solicitud de Registro de Nombre Comercial .....	39
Figura 9. Ejemplo de solicitud de Licencia de Funcionamiento.....	42
Figura 10. Ejemplo de Ficha RUC.....	44
Figura 11. Derechos Laborales comunes del Régimen Laboral General y Especial .....	50
Figura 12. Diferencias entre Régimen Laboral General y Especial.....	51
Figura 13. Modelo de Contrato de Trabajo a Plazo Indeterminado.....	56
Figura 14. Presentaciones de Títeres para dedos elaborados por TITELLER.....	61
Figura 15. Partida Arancelaria Nacional.....	62
Figura 16. Partida Arancelaria Internacional – Destino Irlanda .....	63
Figura 17. Porcentaje de población infantil (menores de 15 años) en Unión Europea.....	74
Figura 18. Mapa de Irlanda.....	76
Figura 19. Esperanza de vida al nacer en Irlanda respecto a Europa y Asia Central.....	77
Figura 20. Porcentaje de la población infantil menor de 15 años (Proyección 2050) .....	77
Figura 21. Porcentaje de población en las ciudades de Irlanda .....	78
Figura 22. Mapa de Dublín .....	79
Figura 23. Distribución de la población en Dublín por porcentaje.....	80
Figura 24. PBI en Irlanda expresado en USD.....	81
Figura 25. Fanpage CASA PERU IRLAND.....	91
Figura 26. Modelos de títeres.....	92
Figura 27 Modelos de etiqueta.....	94
Figura 28. Modelo de volante .....	95

Figura 29. Embalaje de la carga.....	97
Figura 30. Diseño del rotulado.....	99
Figura 31. Diseño del marcado .....	100
Figura 32. Cadena de DFI.....	103
Figura 33. Proveedor de Lana de Alpaca.....	106
Figura 34. Modelo de Cotización.....	113
Figura 35. Modelo de Factura.....	120
Figura 36. Flujo de Carta de Crédito .....	122
Figura 37. Flujograma de exportaciones.....	125
Figura 38. Financiamiento de Capital de Trabajo en Interbank.....	130
Figura 39. Cálculo del Punto de Equilibrio en TITEANDINOS E.I.R.L .....	135
Figura 40. Análisis del Valor Actual Neto de TITEANDINOS E.I.R.L .....	139
Figura 41. Análisis de la Tasa Interna de Retorno de TITEANDINOS E.I.R.L .....	139

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Este proyecto posiciona a Dublín como su mercado de destino; ya que, en la ciudad existe una ONG llamada CASA PERÚ IRLAND, la cual se dedica a promover la cultura y costumbres peruanas a través de venta de productos originarios de nuestro país. Ellos serán nuestro contacto y nexos en Dublín; y, por tanto, quienes promoverán nuestra marca. Además, es primordial resaltar los beneficios que brindará TITELLER durante su ejecución, el primero es reforzar los vínculos familiares que se generan a través de la interacción con los títeres para dedos, incentivando de esta forma en los niños la estimulación y la creatividad; y el segundo, pero no menos importante es que con la creación de esta empresa se brindará apoyo a las personas que se encuentran en una situación económicamente vulnerable y que por lo general son madres de muy bajos recursos, que, debido a sus condiciones, no pueden asistir a una jornada regular de trabajo y gracias a este proyecto podrán laborar desde sus casas, el único requisito es ganas de aprender e interés.

## 1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN

La misma está basada en el formato CANVAS.

EXPORTACIÓN DE TÍTERES PARA DEDOS ELABORADOS DE LANA DE ALPACA PARA MADRES CON NIÑOS DE 0 A 05 AÑOS DE EDAD A LA CIUDAD DE DUBLÍN					
SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE		PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CLIENTES	CLIENTES SEGMENTO DE MERCADO
* ARTESANIA LANERA ANDINAS.A * TEJEDORAS, BORDADORAS * ONG CASA PERU IRLAND * DISEÑADOR DE MARCA Y REDES SOCIALES - PÁGINA WEB	* TRATO FRECUENTE CON ONG CASA PERU IRLAND * MUESTRAS EN LOS PRINCIPALES MERCADOS TRADICIONALES * PARTICIPAR EN FERIAS DE ARTE Y ARTESANIA (EJ. ART LIMA) * DESARROLLO DE PLATAFORMAS VIRTUALES		* DISEÑOS PROPIOS NOVEDOSOS Y AMIGABLES. * DISEÑOS ADAPTADOS AL GUSTO DEL CLIENTE. * PRODUCTO DE CALIDAD Y ANTIALERGICO * CORTOS TIEMPOS DE ENTREGA.	* SOCIAL MEDIA * DIFUNDIR MENSAJE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	* MADRES DE NIÑOS ENTRE 0 Y 05 AÑOS DE LA CIUDAD DE DUBLÍN * ONG CASA PERU IRLAND * NIDOS Y GUARDERÍAS * EMPRESARIOS ASISTENTES A FERIAS DE ARTESANIA.
	RECURSOS CLAVE			CANALES	
	PERSONAL: TEJEDORAS, BORDADORAS, ARMADORAS,	INFRAESTRUCTURA: LOCAL DE 50 MT2		* FACEBOOK ONG CASA PERU IRLAND * REDES SOCIALES PROPIAS (FACEBOOK / INSTAGRAM) * SITIOS WEB * MERCADOS TRADICIONALES	
TECNOLOGÍA: INTERNET / REDES SOCIALES			CAPITAL: APORTACIÓN ECONÓMICA PERSONAL		
ESTRUCTURA DE COSTOS			FUENTES DE INGRESO		
* MATERIA PRIMA E INSUMOS * PLANILLA Y MANO DE OBRA * GASTOS ADMINISTRATIVOS * GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN			* TRANSFERENCIA BANCARIA		

**Figura 1. Modelo de negocio - Canvas**

Fuente: Elaboración propia

Se observa la realización del bosquejo del plan de negocio. En el transcurso del plan se desarrollará cada punto.

## **2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES**

### **2.1 Nombre o razón social**

**RAZÓN SOCIAL:** TITEANDINOS E.I.R.L

**RUC:** 20463702999

**NOMBRE COMERCIAL:** TITELLER

Respecto a la razón social, podemos identificar que la palabra TITEANDINOS representa nuestro producto de exportación; ya que son títeres para dedos elaborados de lana de alpaca y este textil tiene un origen andino. Es por ello, la fusión de ambas palabras, **títeres** y **andinos**.

El nombre comercial es TITELLER, el cual proviene de la palabra TITELLA, palabra cuyo origen proviene del idioma catalán, lengua romance occidental que procede del latín. Además, el motivo por el cual se decidió designar este nombre fue para que pueda ser entendido y relacionado con el producto en el país de destino.

### **2.2 Actividad económica o codificación internacional (CIU)**

La última actualización es la CIU Revisión 4, que ha sido elaborada por la Organización de Naciones Unidas y su correspondencia con la CIU Revisión 3, las mismas han sido desarrolladas por el equipo de nomenclaturas de la Dirección Nacional de Cuentas Nacionales y con el apoyo del Centro de Investigación y Desarrollo del INEI. Donde se ha tomado en cuenta la aparición de nuevas tecnologías y divisiones del trabajo de las últimas décadas.

La CIU Revisión 4 está determinada por 26 secciones (desde la A hasta la U), las mismas que se desglosan en División, Grupo y clase.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente y empleado la CIU Revisión 4, consideramos que TITEANDINOS E.I.R.L; la cual se dedica a la elaboración y exportación de títeres para dedos elaborados de lana de Alpaca; se encuentra amparada bajo la siguiente clasificación:

Tabla 1

Clasificación de la CIU

CIU	C1391
SECCIÓN	C – INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
DIVISIÓN	13 - FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES
GRUPO	131 – HILADURA, TEJEDURA Y ACABADO DE PRODUCTOS TEXTILES
CLASE	1312 – TEJEDURA DE PRODUCTOS TEXTILES

Fuente: Elaboración propia



### 2.3 Ubicación y factibilidad municipal y sectorial

Con la finalidad de desarrollar las actividades de la empresa es relevante determinar la ubicación de la misma; tanto para la oficina administrativa como para el local de almacenamiento; se realizó un cuadro de ponderación con el propósito de evaluar el distrito más conveniente para estas disposiciones, donde 1 es muy malo, 2 es malo, 3 es regular, 4 es bueno y 5 se considera como muy bueno.

Tabla 2

Ponderación de distritos posibles para el Almacén - Oficina

<b>CRITERIOS / DISTRITOS</b>	<b>PUEBLO LIBRE</b>	<b>SAN MIGUEL</b>	<b>SAN BORJA</b>
PROXIMIDAD A PUERTO / AEROPUERTO	3	4	2
ACCESABILIDAD	4	4	1
TRAFICO - TRANSPORTE	4	5	1
AREA	3	3	4
ALQUILER	4	4	2
LUZ	3	3	4
AGUA	3	3	4
DESAGUE	3	3	4
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>29</b>	<b>22</b>

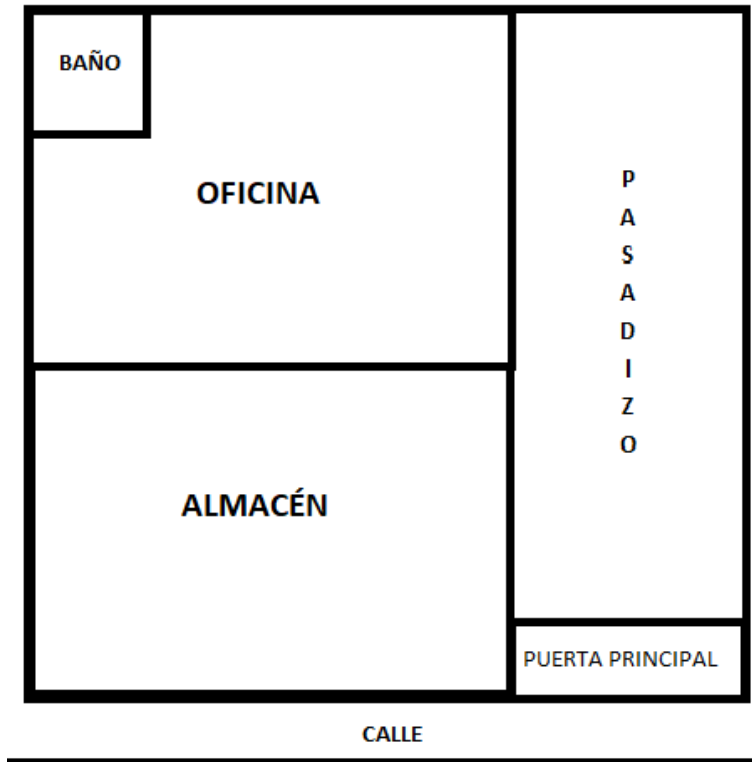
Fuente: Elaboración propia

Después de realizar este análisis; se observa que el distrito que ha obtenido una mayor calificación es San Miguel; por lo cual resulta ser el más apropiado para la localización.

- **Dirección de la Oficina Administrativa y Almacén:** Av Lima 255 Interior 201. San Miguel.
- **Área del local:** 50 mt<sup>2</sup>
- **Costo mensual de arrendamiento:** 850 soles.

Se consideraron los siguientes aspectos:

- **Ubicación estratégica;** puesto que por esta avenida transitan líneas de transporte vehicular hacia la mayoría de los distritos de Lima.
- **Cercanía a principales comercios;** a tres cuadras podemos encontrar al mercado de Magdalena que posee variedad de insumos a precios módicos.
- **Proximidad a puerto/aeropuerto;** cabe mencionar que este recinto también se encuentra a 20 minutos del puerto y aeropuerto del Callao, lo que hará posible el traslado de la carga para la exportación reduciendo costos importantes.



**Figura 2. Mapa de distribución del local**

Fuente: Elaboración propia



**Figura 3. Ubicación del local**

Fuente: Google Maps

#### **2.4 Objetivos de la empresa, principio de la empresa en marcha**

Steve Jobs (1955 – 2011) quién en vida fue un importante empresario y magnate estadounidense nos dejó una frase muy acertada acerca del rumbo que se decide tomar al encaminar un negocio:

**“Estoy convencido de que cerca de la mitad de lo que separa a los emprendedores exitosos de los no exitosos es la perseverancia” (Steve Jobs, 2015)**

A partir de ello, podemos detallar los siguientes aspectos de nuestra empresa:

- **Misión:** Entretener a los niños incentivando su estimulación, creatividad e interacción en la familia; a través de la generación de puestos de trabajo.
- **Visión:** Establecer locales de distribución en ciudades clave de Europa.
- **Valores:** Originalidad, Compromiso, Perseverancia, Calidad y Responsabilidad
- **Principios:** Eficiencia, Mejora Constante, Adaptación y Personalización, Pensamiento Estratégico
- **Objetivos:**
  - Mayor participación en el mercado de títeres para dedos en destino.
  - Precios competitivos
  - Superar las expectativas de nuestros clientes
  - Búsqueda de un servicio superior
  - Formar un negocio rentable de la mano de nuestros colaboradores.

- **Análisis FODA:**

Tabla 3

Análisis FODA de TITEANDINOS E.I.R.L

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
Buena calidad del producto final	Mercado de destino exigente
Proactividad en la gestión	Recursos humanos limitados
Conocimiento del mercado	Corto historial crediticio
Diversidad de diseño	Dudas sobre el modelo de negocio a largo plazo
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENZAS</b>
Competencia Débil	Aumento de precio de insumos
Nuevos canales de venta	Posibilidad de entrada de nuevos competidores
Negociación de precio con proveedores	Globalización de mercado
Fuerte valor de la creatividad	Cambios de hábitos en los consumidores

Fuente: Elaboración propia

## 2.5 Políticas empresariales

- En cinco años la empresa cambiara de razón social; de E.I.R.L a S.A.C.
- Contar con todos los requisitos legales debidamente tramitados.
- Todo trabajador que intervenga en el proceso de producción, recibirá su bonificación a través de recibos por honorarios; con lo cual TITEANDINOS E.I.R.L se compromete a bancarizar a sus colaboradores.

- Apoyar especialmente a sectores económicos D y E; pensados en madres del hogar de muy bajos ingresos.
- Horarios flexibles; el trabajo podrá realizarse desde los hogares de los colaboradores; teniendo una fecha de entrega semanal.
- Durante los primeros seis pedidos, los colaboradores que intervengan en el proceso de producción recibirán el pago correspondiente luego de la entrega del pedido; luego, se realizara un pago semanal considerando las unidades producidas entregadas.
- Por pérdida de unidad producida, el colaborador deberá asumir 0.50 céntimos de nuevo sol.

## **2.6 Ley de mypes, micro y pequeña empresa características**

En el año 2003 fue publicada la Ley N° 28015 “Ley de Formalización y Promoción de la Micro y Pequeña Empresa”, la cual estuvo con una vigencia temporal de seis años; es decir, hasta el 30 de setiembre de 2008. Luego, 01 de octubre de 2008 entro en vigencia el Decreto Legislativo N° 1086 “Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y de acceso al empleo decente” recopiladas en el Decreto Supremo N° 007-2008-TR, Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente; estas normativas son las que se encuentran vigentes a la fecha, y que han sido modificadas por la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial” que fue promulgada el 02 de Julio del 2013 por Congreso de la República.

Los principales cambios que se han implementado con esta nueva ley respecto a la anterior regulación considerando el valor de 01 UIT a 4050 soles son los siguientes Criterios de clasificación:

Tabla 4

Diferencias entre Micro, Pequeña y Mediana Empresa

	LEY MYPE D.S N° 007-2008 - TR		LEY N° 30056	
	VENTAS ANUALES	TRABAJADORES	VENTAS ANUALES	TRABAJADORES
MICROEMPRESA	HASTA 150 UIT	1 A 10	HASTA 150 UIT	NO HAY LIMITE
PEQUEÑA EMPRESA	HASTA 1700 UIT	1 A 100	MAS DE 150 UIT Y HASTA 1700 UIT	NO HAY LIMITE
MEDIANA EMPRESA			MAS DE 1700 UIT Y HASTA 2300 UIT	NO HAY LIMITE

Fuente: Elaboración propia

- Las microempresas que durante dos años calendarios consecutivos supere el nivel de ventas establecido, podrá conservar por un año calendario adicional el mismo régimen laboral. Las Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada (EIRL) pueden acogerse al Nuevo RUS; puesto que, anteriormente el Régimen Único Simplificado estaba dirigido sólo a personas naturales. Sin embargo, en la actualidad, este tipo de sociedades también puede acogerse al Régimen MYPE tributario (RMT)



Bajo estos criterios nuestra empresa TITEANDINOS E.I.R.L. optará por esperar ser una Microempresa los cinco primeros años, permitiendo acogerse un año más en el mismo régimen si se logra superar el nivel de ventas establecidos.

Con lo cual conseguimos los siguientes beneficios:

- Mayor flexibilidad, ya que la estructura de la microempresa no es rígida; permitiendo su adaptabilidad al mercado.
- Los miembros de la microempresa tienen tendencia a estar mejor adaptados a los cambios.
- Se tiene un trato más cercano con el cliente, lo cual permite conocer mucho mejor sus necesidades.
- Adoptar un mínimo de personal de trabajo
- Nos acogeremos al régimen laboral especial; ya que los ingresos no son elevados por lo que no se tiene la obligación de pagar a los trabajadores gratificaciones, utilidades CTS ni asignación familiar.

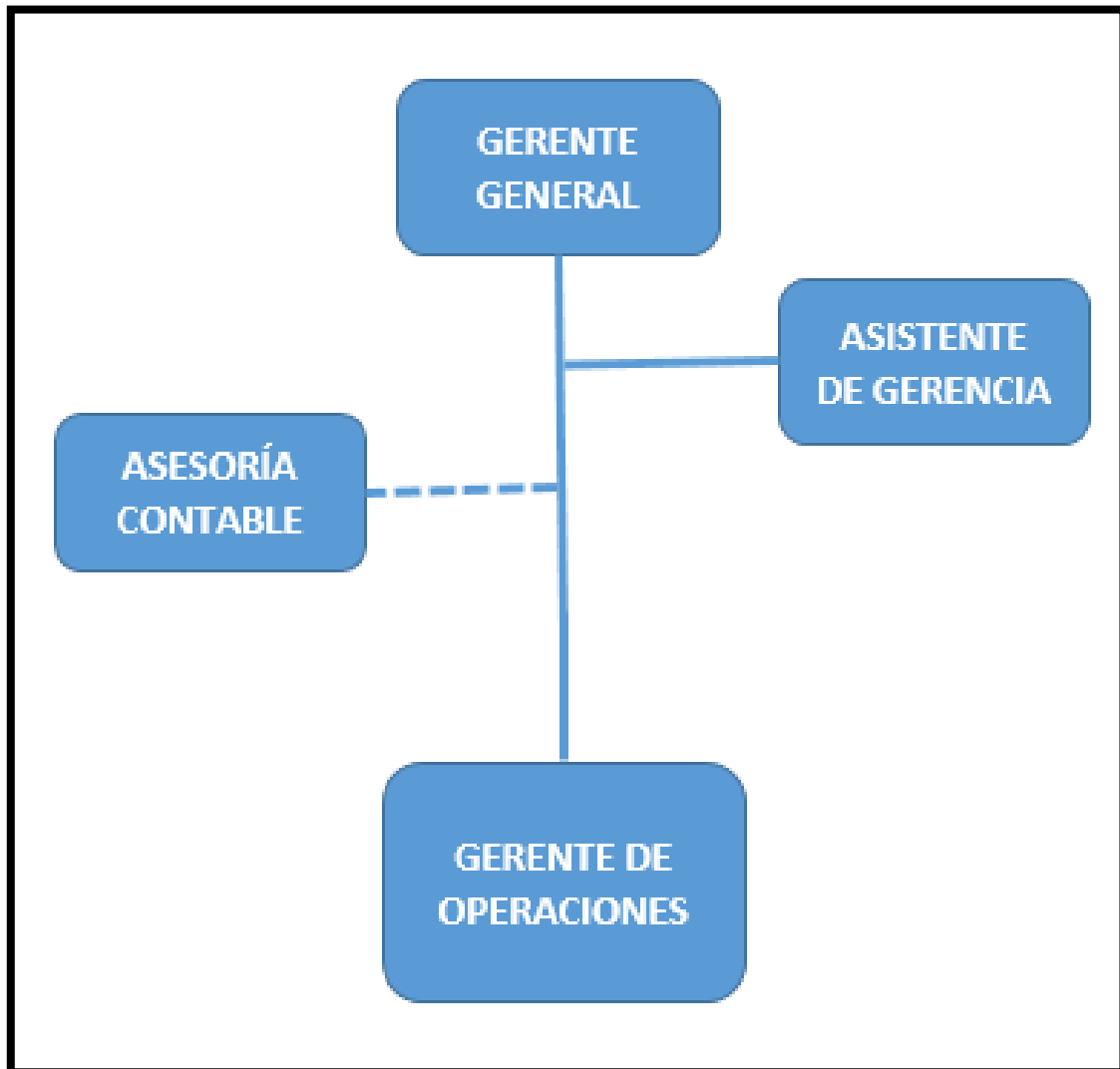
## **2.7 Estructura orgánica**

Los aspectos claves para el diseño de una estructura organizacional son los siguientes:

- **Especialización del trabajo:** dividir el trabajo según las fortalezas del capital humano.
- **Departamentalización:** asignar un espacio a cada departamento sin perder la interacción entre todos.

- **Cadena de mando:** es el manejo de autoridad y unidad de mando de manera jerárquica.
- **Tramo de Control:** establece número de niveles y administradores que posee una organización.
- **Centralización:** toma de decisiones proveniente de la mayor autoridad según el nivel de jerarquía.
- **Descentralización:** toma de decisiones proveniente de una lluvia de ideas dada por todos los miembros de la sociedad.
- **Formalización:** asignar el capital humano en cada departamento equitativamente tanto en número como en capacidad.

Debido a que **TITEANDINOS** es una E.I.R.L, busca ordenar su estructura organizacional bajo el siguiente esquema:



**Figura 4. Estructura Orgánica de TITEANDINOS E.I.R.L**

Fuente: Elaboración propia

- Gerente General: representa a la empresa frente a los demás trabajadores, clientes e instituciones. Asimismo, es quién tendrá la función de controlar las políticas empresariales y el cumplimiento de objetivos y metas.

- Asistente de Gerencia: encargado del proceso documentario e informático, así como negociaciones con proveedores y colaboradores que participarán en el proceso de fabricación.
- Asesoría Contable: conformado por un contador externo; quién llevará la contabilidad de la empresa en coordinación con las diferentes áreas.
- Gerente de operaciones: encargado del todo lo que involucra el proceso de producción. Stock y Almacenaje.

## 2.8 Asignación de personal

TITENADINOS E.I.R.L es una microempresa; conformada por personas y un asesor contable; la misma se encuentra acogida al régimen laboral especial A continuación se detallan a los trabajadores:

Tabla 5

Relación de trabajadores de TITEANDINOS E.I.R.L

<b>CARGO</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>DNI</b>
GERENTE GENERAL	STEFANY PEBE	46370299
GERENTE DE OPERACIONES	XIMENA ANGULO	46125988
ASISTENTE DE GERENCIA	PAOLA DIAZ	45372304
ASESOR CONTABLE	PAOLA GARCÍA	70447903

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6

Detalle de Asignación de Personal de TITEANDINOS E.I.R.L – Régimen Especial Laboral (Expresado en soles)

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	GRATIFICACIONES	CTS	ASIGNACIÓN FAMILIAR	VACACIONES	SUBTOTAL	ESSALUD (9%)	TOTAL	SUELDO REAL AL MES
GERENTE GENERAL	1200	14400	0	0	0	600	15000	1350	16350	1363
GERENTE DE OPERACIONES	1200	14400	0	0	0	600	15000	1350	16350	1363
ASISTENTE DE GERENCIA	850	10200	0	0	0	425	10625	956	11581	965
<b>TOTAL</b>	<b>3250</b>	<b>39000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1625</b>	<b>40625</b>	<b>3656</b>	<b>44281</b>	<b>3690</b>

Fuente: Elaboración propia

De la misma forma se necesitará los servicios de un asesor contable bajo la modalidad de recibo por honorarios.

Tabla 7

Detalle de Recibo por honorarios al asesor contable de TITEANDINOS E.I.R.L (Expresado en soles)

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	GRATIFICACIONES	CTS	ASIGNACIÓN FAMILIAR	VACACIONES	SUBTOTAL	ESSALUD (9%)	TOTAL	SUELDO REAL AL MES
ASESOR CONTABLE	450	5400	0	0	0	0	0	0	5400	450
<b>TOTAL</b>	<b>450</b>	<b>5400</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5400</b>	<b>450</b>

Fuente: Elaboración propia

Además, cabe mencionar que TITEANDINOS E.I.R.L se dedica a la producción de la mercadería y para realizarlo es necesario la participación de personal que se encargue de los siguientes procesos:

- Tejido
- Armado
- Bordado
- Empaquetado

Tabla 8

Mano de obra requerido para producir un pedido de 5000 unidades en un mes en TITEANDINOS E.I.R.L (pago expresado en soles)

MANO DE OBRA	NÚMERO DE PERSONAS PARA CUBRIR EL PEDIDO	CAPACIDAD DE PRODUCCION (TÍTERES) POR PERSONA EN 1 MES	PAGO POR UNIDAD PRODUCIDA	PAGO MENSUAL POR PERSONA	PAGO TOTAL
TEJEDORAS	5	1000	0.3	300	1500
ARMADORAS	2	2500	0.2	500	1000
BORDADORAS	2	2500	0.1	250	500
EMPAQUETADORA	2	2500	0.1	250	500

Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto; podemos desprender que para realizar un pedido de 5000 unidades mensuales de títeres para dedos se requiere lo siguiente:

- 05 tejedoras que realizaran cada una, 1000 unidades; el pago por unidad tejida es 0.3 soles.
- 02 armadoras que realizaran cada una, 2500 unidades; el pago por unidad armada es 0.2 soles.

- 02 bordadoras que realizaran cada una, 2500 unidades; el pago por unidad bordada es 0.1 soles.
- 02 empaquetadores que realizaran cada uno 2500 unidades; el pago por unidad empaquetada es 0.1 soles.

Debido a lo mencionado anteriormente; a continuación, se realiza el detalle del pago por honorarios a las personas que intervienen en el proceso de producción.

Tabla 9 Detalle de recibo por honorarios a tejedoras de TITEANDINOS E.I.R.L (Expresado en soles)

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	GRATIFICACIONES	CTS	ASIGNACIÓN FAMILIAR	VACACIONES	SUBTOTAL	ESSALUD (9%)	TOTAL	SUELDO REAL AL MES
TEJEDORA 1	300	3600	0	0	0	0	0	0	3600	300
TEJEDORA 2	300	3600	0	0	0	0	0	0	3600	300
TEJEDORA 3	300	3600	0	0	0	0	0	0	3600	300
TEJEDORA 4	300	3600	0	0	0	0	0	0	3600	300
TEJEDORA 5	300	3600	0	0	0	0	0	0	3600	300
<b>TOTAL</b>	<b>1500</b>	<b>18000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>18000</b>	<b>1500</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10

Detalle de recibo por honorarios a armadoras de TITEANDINOS E.I.R.L (Expresado en soles)

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	GRATIFICACIONES	CTS	ASIGNACIÓN FAMILIAR	VACACIONES	SUBTOTAL	ESSALUD (9%)	TOTAL	SUELDO REAL AL MES
ARMADORA 1	500	6000	0	0	0	0	0	0	6000	500
ARMADORA 2	500	6000	0	0	0	0	0	0	6000	500
<b>TOTAL</b>	<b>1000</b>	<b>12000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>12000</b>	<b>1000</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11

Detalle de recibo por honorarios a bordadoras de TITEANDINOS E.I.R.L (Expresado en soles)

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	GRATIFICACIONES	CTS	ASIGNACIÓN FAMILIAR	VACACIONES	SUBTOTAL	ESSALUD (9%)	TOTAL	SUELDO REAL AL MES
BORDADORA 1	250	3000	0	0	0	0	0	0	3000	250
BORDADORA 2	250	3000	0	0	0	0	0	0	3000	250
<b>TOTAL</b>	<b>500</b>	<b>6000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6000</b>	<b>500</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12

Detalle de recibo por honorarios a empaquetadores de TITEANDINOS E.I.R.L (Expresado en soles)

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	GRATIFICACIONES	CTS	ASIGNACIÓN FAMILIAR	VACACIONES	SUBTOTAL	ESSALUD (9%)	TOTAL	SUELDO REAL AL MES
EMPAQUE 1	250	3000	0	0	0	0	0	0	3000	250
EMPAQUE 2	250	3000	0	0	0	0	0	0	3000	250
<b>TOTAL</b>	<b>500</b>	<b>6000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6000</b>	<b>500</b>

Fuente: Elaboración propia



## 2.9 Forma jurídica empresarial

En el artículo N° 77 del Código civil: Inicio de la persona jurídica se define lo siguiente:

“Las corporaciones, asociaciones y fundaciones de interés público reconocidas por la Ley. Su personalidad empieza desde el instante mismo en que, con arreglo a derecho, hubiesen quedado válidamente constituidas”. (Código Civil, artículo N°77)

“Las asociaciones de interés particular, sean civiles, mercantiles o industriales, a las que la ley conceda personalidad propia, independiente de la de cada uno de los asociados” (Código Civil, artículo N°77)

Por lo tanto, una persona jurídica es aquel sujeto capaz de adquirir derechos y obligaciones, así como ejercitar acciones judiciales. De esta forma, se entiende que las Sociedades son personas jurídicas.

Para el caso de nuestro proyecto, hemos optado por crear una E.I.R.L. Cuyas características son las siguientes:

- Denominación: E.I.R.L (Empresa Individual de Responsabilidad Limitada.
- Particularidades: está constituida por voluntad de una sola persona. Es una persona jurídica.
- Órganos: Titular y Gerencia
- Capital Social: Dinero, bienes muebles o bienes inmuebles.

- 

## 2.10 Registro de marca y procedimiento en Indecopi

Lo que se registra en Indecopi es la marca; es decir el nombre comercial de nuestro producto, lo cual es muy diferente a la razón social.

Hemos definido un nombre comercial que pueda ser entendido y relacionado con el producto en el país de destino: TITELLER, el cual proviene de la palabra TITELLA (títere en idioma catalán, lengua romance occidental que procede del latín) y la imagen fue elaborada por un diseñador gráfico.



**Figura 5. Marca TITELLER**

Fuente: Elaboración propia

Los requisitos para la solicitud de registro de marcas de productos y/o servicios detalladas en el portal de Indecopi aplicables para este proyecto son los siguientes:

- Búsqueda de antecedentes: con la finalidad de conocer si existe una marca similar a TITELLER. Para ello, se debe realizar una búsqueda fonética, la cual se refiere a la información de signos que se pronuncien de manera idéntica o semejante; y una búsqueda figurativa, la cual se realiza a fin de encontrar información acerca de signos que incluyan elementos figurativos idénticos o similares. El costo aproximado por realizar este procedimiento en Indecopi es de S/. 58 soles.
- Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrativo).
- Indicar los datos de identificación del(s) solicitante(s). Para el caso de personas jurídicas: número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
- Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú.
- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros). Si la marca es mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores)
- Enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: logos-dsd@indecopi.gob.pe (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles).
- Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el

signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen (Clasificación de Niza).

- Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) S/. 534.99 soles. Este importe deberá pagarse en el Banco de la Nación ubicado en la Sede Sur- Indecopi, Calle De La Prosa N° 104-San Borja.
- Una vez presentada la solicitud, la Dirección tiene un plazo de 15 días hábiles para realizar su examen formal.
- Con relación al resto de requisitos de forma (presentación del documento de poder, indicación de la clase, precisión, adecuación y/o exclusión de productos o servicios, entre otros), la Dirección notificará al solicitante para que en un plazo de 60 días hábiles cumpla con subsanar las omisiones o realizar las modificaciones.
- El plazo se cuenta desde el día siguiente de recibida la notificación. De no cumplirse con dichos requerimientos en el plazo establecido, se declarará el abandono de la solicitud y se dispondrá su archivamiento.
- Una vez completados los requisitos en el plazo establecido, se emitirá una orden de publicación, la cual deberá presentarse en las oficinas del diario oficial El Peruano para solicitar su publicación por única vez. El costo debe ser asumido por el solicitante.

- Dentro del plazo improrrogable de 30 días hábiles de recibida la orden de publicación, el solicitante debe realizar su publicación en el diario oficial El Peruano.
- Si después de notificada la resolución, el solicitante desea interponer un recurso de reconsideración o de apelación, dispondrá de un plazo máximo de 15 días hábiles contado a partir del día siguiente en que dicha resolución le fue comunicada.

**Solicitud de Búsqueda  
 de Antecedentes  
 (Servicio Opcional)**

Fonética	X	(Marcar con un "X" la opción deseada)	Figurativa	X
----------	---	---------------------------------------	------------	---

**SOLICITANTE:**

<b>Nombres y Apellidos / Razón Social</b> (Nombre de la persona natural o jurídica a la que se emitirá la <i>Boleta de Venta o Factura</i> . Por favor, llene con letra clara y legible)		<b>N° DNI / N° RUC / N° C.E.</b>	
STEFANY PEBE MELENDEZ		46370199	
<b>Teléfono:</b>	987970320	<b>E-mail:</b>	stefany.pebe@gmail.com

Nota: Los resultados se entregarán con la presentación de la Boleta de Venta o Factura. Para el caso de *Búsquedas Figurativas*, el reporte o resultado se emitirá con el nombre aquí consignado.

**DATOS DE LA SOLICITUD:**

Para atender su solicitud es **INDISPENSABLE** que consigne los siguientes datos:

ANTECEDENTES FONÉTICOS	
Denominación / Nombre del Titular	Clase (s)
TITELLER	
ANTECEDENTES FIGURATIVOS (Debe adjuntar copia del logotipo)	
Descripción del logotipo	Clase (s)

**Importante:**

1. Se deja constancia que la presente búsqueda de antecedentes no es definitiva para el registro de un signo, pues una vez presentada la solicitud, la Dirección de Signos Distintivos efectuará el examen correspondiente.
2. La entrega del resultado o reporte de búsqueda de antecedentes fonéticos en una clase demora aproximadamente 30 minutos. La búsqueda de antecedentes fonéticos en más de una clase, por titular, denunciante y denunciado se entregarán en un día (01) hábil.
3. Las búsquedas de antecedentes figurativos demorarán entre tres (03) y diez (10) días hábiles, dependiendo del número de clases solicitadas. El plazo se cuenta desde el día siguiente de su presentación y el **resultado o reporte** se entregará al día siguiente de vencido el plazo.
4. El plazo máximo para recoger los reportes es de 30 días calendario, concluido ese plazo, la información será destruida y no habrá lugar a reclamo.

**Figura 6. Modelo de Búsqueda de Antecedentes**

Fuente: INDECOPI



PERÚ

Presidencia del Consejo de Ministros

INDECOPI

DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS


SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE

1. DATOS DEL SOLICITANTE

Nº de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el anexo A por cada solicitante adicional)

<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL	<input checked="" type="checkbox"/> PERSONA JURÍDICA
Tipo de empresa (*) (marque de corresponder): <input checked="" type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____	
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución) TITEANDINOS E.I.R.L	
Nacionalidad / País de Constitución: PERUANA	Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda: Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídica RUC <input checked="" type="checkbox"/> 2043372999
Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica): STEFANY PEBE MELENDEZ	
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú Dirección: AV LIMA 255	
Distrito: SAN MIGUEL Provincia: LIMA Departamento: LIMA	
Referencias de domicilio: A 2 CUDRAS DE LA PLAZA DE MAGDALENA	
Correo electrónico Stefany.pebe@gmail.com	Número de teléfono fijo 012634077
Casilla electrónica (previa suscripción de contrato con Indecopi)	Número de teléfono celular 987970320
<input checked="" type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación. <input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentado en el expediente N°: (Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)	

2. DATOS RELATIVOS AL SIGNO DISTINTIVO A REGISTRAR

<p>2.1. Tipo de Signo:</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa con grafía</p> <p><input type="checkbox"/> Mixta</p> <p><input type="checkbox"/> Tridimensional</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Figurativa</p> <p><input type="checkbox"/> Otros: _____</p>	<p>2.2. Indicación del Signo (de ser solo denominativo)</p>	<p>2.3. Reproducción del Signo</p> <p>PEGAR REPRODUCCIÓN DE LA MARCA DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL</p> 
<p>2.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca: SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p> <p>(en caso de NO MARCAR alguna opción, se protegerán los colores que aparecen en la reproducción adjuntada)</p>		

(\*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayores a 150 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no menores a 150 U.I.T. ni mayores a 1700 U.I.T.; y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no menores a 1700 U.I.T. ni mayores a 2300 U.I.T.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Tel: 224 7800  
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

**2.5. Lista de Productos y/o servicios** (De solicitar una marca multiclase, deberá pagar una tasa de tramitación por cada clase en la que solicita el registro)

Clase	Productos y/o servicios
	TÍTERES PARA DEDOS ELABORADOS DE LANA DE ALPACA

De no ser suficiente el espacio anterior, indicar las clases, productos y/o servicios adicionales en el **ANEXO B**


**3. PRIORIDAD EXTRANJERA**

Marcar este recuadro si reivindica Prioridad Extranjera (**Llenar ANEXO C**)

**4. INTERÉS REAL PARA OPOSICIÓN ANDINA (Llenar sólo de ser el caso)**

5.1 Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real de la oposición formulada en el(los) Expediente(s) N°	5.2 Clase(s)

**5. FIRMA DEL SOLICITANTE O DEL REPRESENTANTE, DE SER EL CASO**

Firma (conforme aparece en su documento de identidad)	Nombre y/o calidad del firmante
	STEFANY PEBE MELÉNDEZ – DNI 46370299

**EXAMEN DE FORMA:** De conformidad con lo dispuesto en la Decisión 486, la Dirección de Signos Distintivos examinará dentro de los quince (15) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la presente solicitud, si la misma cumple con todos los requisitos previstos en los artículos 50 y 51 del Decreto Legislativo 1075.  
Si de dicho examen resulta que la solicitud no contiene los indicados requisitos, se requerirá al solicitante para que complete los mismos dentro del plazo de sesenta (60) días siguientes a la fecha de notificación;  
Si la solicitud contiene todos los requisitos, la Dirección emitirá la correspondiente orden de aviso.

**PLAZO DEL PROCEDIMIENTO:** El plazo máximo para la culminación de un trámite de registro no contencioso (sin oposición) es de 180 días hábiles contados desde el día siguiente de la presentación de la solicitud de registro, conforme a lo establecido en el artículo 24 del Decreto Legislativo N° 1075.

En cumplimiento de lo dispuesto por la Ley N° 29733, Ley de protección de Datos Personales, le informamos que los datos personales que usted nos proporcione serán utilizados y/o tratados por el Indecopi (por sí mismo o a través de terceros), estricta y únicamente para administrar el sistema de promoción, registro y protección de derechos de propiedad intelectual (signos distintivos, invenciones y nuevas tecnologías, y derecho de autor) en sede administrativa, así como, de ser el caso, para las actividades vinculadas con el registro de usuarios del sistema de patentes, pudiendo ser incorporados en un banco de datos personales de titularidad del Indecopi.  
Se informa que el Indecopi podría compartir y/o usar y/o almacenar y/o transferir su información a terceras personas, estrictamente con el objetivo de realizar las actividades antes mencionadas.  
Usted podrá ejercer, cuando corresponda, sus derechos de información, acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos personales en cualquier momento, a través de las mesas de partes de las oficinas del Indecopi.

Para citas con los especialistas encargados de la tramitación de los expedientes y/o para la lectura de expedientes, sírvase llamar al teléfono 2247800 anexo 2041, en el horario de lunes a viernes de 8:30 am. a 12:00 m., o a través del correo electrónico [citasdsd@indecopi.gob.pe](mailto:citasdsd@indecopi.gob.pe). ( Toda cita y/o consulta de expediente se realiza con un día hábil de anticipación).

**Figura 7. Modelo de Solicitud de Registro de Marca de Producto y/o Servicio**

Fuente: INDECOPI





PERÚ  
Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

**DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS  
SOLICITUD DE REGISTRO DE NOMBRE COMERCIAL**

**1. DATOS DEL SOLICITANTE**

N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el anexo A por cada solicitante adicional)

<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL	<input type="checkbox"/> PERSONA JURÍDICA
Tipo de empresa (*) (marque de corresponder): <input checked="" type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____	
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución) TITENADINOS E.I.R.L.	
Nacionalidad / País de Constitución: PERUANA	Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda: Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídica RUC <input checked="" type="checkbox"/> 20463702999
Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica): STEFANY PEBE MELÉNDEZ	
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú Dirección: AV LIMA 255 Distrito: SAN MIGUEL Provincia: LIMA Departamento: LIMA	
Referencias de domicilio: A 2 CUADRAS DE LA PLAZA DE MAGDALENA	
Correo electrónico stefany.pebe@gmail.com	Número de teléfono fijo 46370299
Casilla electrónica (previa suscripción de contrato con Indecopi)	Número de teléfono celular 987970320
<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación. <input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentado en el expediente N°: (Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)	

**2. DATOS RELATIVOS AL NOMBRE COMERCIAL SOLICITADO**

<p>2.1. Tipo de Signo:</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Denominativa</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa con grafía</p> <p><input type="checkbox"/> Mixta</p> <p><input type="checkbox"/> Tridimensional</p> <p><input type="checkbox"/> Figurativa</p> <p><input type="checkbox"/> Otros: _____</p>	<p>2.2. Indicación del Signo (de ser solo denominativo)</p> <p>TITELLER</p>	<p>2.3. Reproducción del Signo</p> <p>PEGAR REPRODUCCIÓN DEL NOMBRE DENOMINATIVO CON GRAFÍA, MIXTO, FIGURATIVO O TRIDIMENSIONAL</p> <p>Se sugiere enviar copia fiel del mismo logotipo al correo: <a href="mailto:logos-dsd@indecopi.gob.pe">logos-dsd@indecopi.gob.pe</a>. (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles) Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.</p>
<p>2.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte del Nombre Comercial: <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO (en caso de NO MARCAR alguna opción, se protegerán los colores que aparecen en la reproducción adjuntada)</p>		

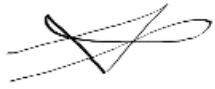
(\*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayores a 150

<b>2.5. Lista de Actividades Económicas</b>		
<b>Clase</b>	<b>Actividades Económicas</b>	
	textiles	
De no ser suficiente el espacio anterior, indicar las actividades económicas adicionales en el <b>ANEXO B</b>		
<b>2.6. Fecha de Primer Uso (La cual deberá ser ANTERIOR A LA FECHA DE PRESENTACIÓN de la solicitud)</b>		
19	Abril	2017
-----	-----	-----
Día	Mes	Año

Se adjunta documentación que sustenta el primer uso del Nombre Comercial<sup>1</sup>

Documentación que acredita el primer uso ha sido presentado en el expediente N° \_\_\_\_\_

### 3. FIRMA DEL SOLICITANTE O DEL REPRESENTANTE, DE SER EL CASO

Firma (conforme aparece en su documento de identidad)	Nombre y/o calidad del firmante
	STEFANY PEBE MELÉNDEZ – DNI 46370299

**EXAMEN DE FORMA:** De conformidad con lo dispuesto en la Decisión 486, la Dirección de Signos Distintivos examinará dentro de los quince (15) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la presente solicitud, si la misma cumple con todos los requisitos previstos en el Decreto Legislativo 1075.

Si de dicho examen resulta que la solicitud no contiene los indicados requisitos, se requerirá al solicitante para que complete los mismos conforme a las disposiciones contenidas en dicha normativa;

Si la solicitud contiene todos los requisitos, la Dirección emitirá la correspondiente orden de aviso.

**PLAZO DEL PROCEDIMIENTO:** El plazo máximo para la culminación de un trámite de registro no contencioso (sin oposición) es de 180 días hábiles contados desde el día siguiente de la presentación de la solicitud de registro, conforme a lo establecido en el artículo 24 del Decreto Legislativo N° 1075.

En cumplimiento de lo dispuesto por la Ley N° 29733, Ley de protección de Datos Personales, le informamos que los datos personales que usted nos proporcione serán utilizados y/o tratados por el Indecopi (por sí mismo o a través de terceros), estricta y únicamente para administrar el sistema de promoción, registro y protección de derechos de propiedad intelectual (signos distintivos, invenciones y nuevas tecnologías, y derecho de autor) en sede administrativa, así como, de ser el caso, para las actividades vinculadas con el registro de usuarios del sistema de patentes, pudiendo ser incorporados en un banco de datos personales de titularidad del Indecopi.

Se informa que el Indecopi podría compartir y/o usar y/o almacenar y/o transferir su información a terceras personas, estrictamente con el objetivo de realizar las actividades antes mencionadas.

Usted podrá ejercer, cuando corresponda, sus derechos de información, acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos personales en cualquier momento, a través de las mesas de partes de las oficinas del Indecopi.

**Para citas con los especialistas encargados de la tramitación de los expedientes y/o para la lectura de expedientes, sírvase llamar al teléfono 2247800 anexo 2041, en el horario de lunes a viernes de 8:30 am. a**

<sup>1</sup> Entre los medios probatorios que puede adjuntar se encuentran comprobantes de pago, medios publicitarios que contengan fecha de emisión, entre otros. Asimismo, de contener el nombre comercial solicitado una combinación de colores, estos también se deben apreciar en los medios probatorios que adjunte.

## Figura 8. Ejemplo de solicitud de Registro de Nombre Comercial

Fuente: INDECOPI

## **2.11 Requisitos y trámites municipales**

Se detallarán los trámites municipales principales para nuestra organización

### **A. Licencia de funcionamiento**

De acuerdo a la Ley de Marco de Licencia de Funcionamiento 28976, para la obtención de licencia de Funcionamiento serán exigibles los siguientes requisitos:

- Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de Declaración Jurada, que incluya número de R.U.C., número de D.N.I. o Carné de Extranjería de su representante legal.
- En el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos, Declaración Jurada del representante legal o apoderado señalando que su poder se encuentra vigente, consignando el número de Partida Electrónica y asiento de inscripción en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP). Tratándose de representación de personas naturales, adjuntar carta poder simple firmada por el poderdante indicando de manera obligatoria su número de documento de identidad, salvo que se trate de apoderados con poder inscrito en SUNARP, en cuyo caso basta una Declaración Jurada en los mismos términos establecidos para personas jurídicas.
- Declaración Jurada del cumplimiento de las condiciones de seguridad en la edificación para edificaciones calificadas con riesgo bajo o medio. Para el caso de edificaciones con riesgo alto o muy alto, adjuntar la documentación señalada en el Reglamento de Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones.
- Copia de RUC: Activo y Habido

- Certificado de Inspección Técnica de defensa Civil Básica
- Pago por derecho de tramite

En el caso que se haya emitido informe favorable respecto de las condiciones de seguridad de la edificación y no el correspondiente certificado de inspección técnica de seguridad en edificaciones en el plazo de tres (3) días hábiles de finalizada la diligencia de inspección, el administrado se encuentra facultado a solicitar la emisión de la licencia de funcionamiento, la misma que será otorgada en un plazo máximo de 15 días hábiles.

La licencia de funcionamiento y el certificado de inspección técnica de seguridad en edificaciones tienen vigencia indeterminada, claro que sin perjuicio de la fiscalización posterior. Sin embargo, es posible obtener licencias de funcionamiento de vigencia temporal.



## SOLICITUD DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO ( con carácter de declaración jurada )

SEÑOR ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SAN MIGUEL:  
S.A.

Ante usted respetuosamente me presento y expongo:

### I. MODALIDAD DEL TRAMITE QUE SOLICITO (Marque con una "X")

- |                           |                                     |                             |                          |                                |                          |
|---------------------------|-------------------------------------|-----------------------------|--------------------------|--------------------------------|--------------------------|
| 1. LICENCIA INDETERMINADA | <input checked="" type="checkbox"/> | 2. LICENCIA PARA CESIONARIO | <input type="checkbox"/> | 3. AMPLIACIÓN O CAMBIO DE GIRO | <input type="checkbox"/> |
| 4. LICENCIA TEMPORAL      | <input type="checkbox"/>            | 5. MODIFICACIÓN DE ÁREA     | <input type="checkbox"/> | 6. CAMBIO DE RAZÓN SOCIAL      | <input type="checkbox"/> |
| 7. DUPLICADO              | <input type="checkbox"/>            | 8. CESE                     | <input type="checkbox"/> | 9. OTROS:                      | <input type="checkbox"/> |

### II. DATOS DEL SOLICITANTE

<b>TITEANDINOS E.I.R.L</b>			
10. APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL			
<b>46370299</b>	<b>stefany.pebe@gmail.com</b>	<b>987970320</b>	<b>20463702999</b>
11. Nro de DNI o CE.	12. Correo electrónico/e-mail	13. Nro Telefónico	14. NUMERO DE RUC
<b>AV FEDERICO GALLES</b>			<b>130</b>
15. Av./Jr./Ca./Psje.			16. Nro. Int. Mz. Lt.
<b>SAN GERMAN</b>	<b>SAN MIGUEL</b>	<b>LIMA</b>	<b>LIMA</b>
17. Urb. AA.HH. Otros	18. DISTRITO	19. PROVINCIA	20. DEPARTAMENTO

### III. REPRESENTANTE LEGAL (completar sólo en el caso de personas jurídicas que son representadas por un tercero)

<b>STEFANY PEBE MELENDEZ</b>	<b>46370299</b>	<b>C1391</b>	<b>2634077</b>
21. APELLIDOS Y NOMBRES	22. Nro de DNI o CE.	23. Nro. Partida P (SUNARP)	24. Nro. de Teléfono

### IV. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

25. NOMBRE COMERCIAL	<b>TITELLER</b>	26. GIRO O ACTIVIDAD	<b>EXPORTACIÓN</b>		
<b>AV LIMA</b>	<b>255</b>	<b>201</b>			
27. Av./Jr./Ca./Psje.	28. Nro. Int.	Mz.	Lt.	29. Urb. AA.HH., otros	
Comercio <input checked="" type="checkbox"/> Industria <input type="checkbox"/> Servicio <input type="checkbox"/>	<b>50</b>		32. N° de Estacionamientos		
30. SECTOR ECONÓMICO	31. ÁREA DEL LOCAL <small>(No incluye Área de Retiro Municipal)</small>				
V. CONDICIÓN DEL LOCAL (Marca con "X" e indicar lo que corresponda)				34. CONTRATO VIGENTE HASTA	
33. PROPIO <input type="radio"/> CEDIDO <input type="radio"/> ARRENDADO <input checked="" type="radio"/>				<b>30 / 12 / 2017</b>	
35. NOMBRE DEL PROPIETARIO REGISTRADO EN LA MUNICIPALIDAD (llenado por la municipalidad)				<b>OLGA ISABEL RODRIGUEZ GAMBOA</b>	

### VI OTROS DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

36. CROQUIS DE LA UBICACIÓN AV LIMA <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <b>AV LIMA CUDRA 2</b> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> AV TACNA <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	37. ORDEN DE PAGO ÚNICO El solicitante, debe abonar en caja un único pago correspondiente al derecho de tramitar  Derecho de trámite: <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">S/. 100.00</span>
--	---

38. DECLARO BAJO JURAMENTO: QUE LOS DATOS CONSIGNADOS EN LA PRESENTE SOLICITUD EXPRESAN LA VERDAD Y SOY RESPONSABLE DE LA VERACIDAD DE LOS DOCUMENTOS E INFORMACIÓN, EN VIRTUD AL PRINCIPIO DE PRESUNCIÓN DE VERACIDAD ESTIPULADO EN LA LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL, ASIMISMO DECLARO CONOCER Y ME SOMETO A LAS SANCIONES DE ACUERDO A LEY Y DEMÁS NORMAS MUNICIPALES VIGENTES DE SER EL CASO, ASI COMO A LO ESTABLECIDO EN EL ARTICULO 411° DEL CÓDIGO PENAL.

FIRMA DEL SOLICITANTE, REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO

**Figura 9. Ejemplo de solicitud de Licencia de Funcionamiento**

Fuente: INDECOPI

## **B. Certificado de Inspección Técnica de defensa Civil Básica**

El local aplica a una ITSDC Básica; ya que, los objetos de inspección pertenecen a un área menor o igual a 500 m<sup>2</sup> y se encuentran ubicados a partir del segundo nivel y no presentan más de dos niveles.

Actualmente, los requisitos que se solicitan para pasar una auditoria a INDECI son:

- Contar con un extintor portátil PQS/ABC
- Contar con señaléticas de seguridad
- Utilizar cables solidos protegidos con canaleta y/o otros
- Utilizar interruptores termo magnético
- Tablero eléctrico metálico
- Tomacorriente con tapa ciega
- Botiquín de primeros auxilios

## 2.12 Régimen tributario

El régimen tributario es un conglomerado de reglas, normas y leyes que tienen por finalidad regular la tributación de las actividades económicas

Para proceder a solicitar el ruc de la empresa se requiere acercarse a las oficinas de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) y presentar la siguiente documentación:

- Documento de identidad del representante legal.
- Recibo de algún tipo de servicios o del autoevaluó, a fin de sustentar el domicilio fiscal.
- Partida registral certificada por Registros Públicos, de una antigüedad menor a los 30 días.

CONSULTA RUC: 20463702999 - TITEANDINOS E.I.R.L			
Número de RUC:	20463702999 - TITEANDINOS E.I.R.L		
Tipo Contribuyente:	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESR. LTDA		
Nombre Comercial:	-		
Fecha de Inscripción:	10/05/2017	Fecha Inicio de Actividades:	10/05/2017
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	AV. LIMA NRO. 255 DPTO. 201 URB. GERMAN ASTETE (A 2 CDRA MERCADO MAGDALENA) LIMA - LIMA - SAN MIGUEL		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	IMPORTADOR/EXPORTADOR
Sistema de Contabilidad:	COMPUTARIZADO		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 1312 - FAB. TEJIDOS Y ART DE PUNTO.		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA		
Sistema de Emisión Electrónica:	-		
Afiliado al PLE desde:	02/05/2017		
Padrones :	NINGUNO		

Figura 10. Ejemplo de Ficha RUC

Fuente: SUNAT

En la actualidad, existen cuatro (04) Regímenes Tributarios los cuales son regulados por la SUNAT:

- Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS)
- Régimen Especial de Renta (RER)
- Régimen General de Renta (RG)
- Régimen MYPE tributario

El Poder Ejecutivo publicó el 20 de diciembre del 2016 el decreto legislativo que crea el Régimen Mype Tributario (RMT) del Impuesto a la Renta, que comprende a los contribuyentes micro y pequeños empresarios domiciliados en el Perú.

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

Cabe resaltar que nuestra empresa por ser nueva se acogerá al Régimen MYPE Tributario (RMT). A continuación, se detallará las principales características del presente régimen:



- Aplicable a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales, las asociaciones de hecho de profesionales y similares que obtengan rentas de tercera categoría, domiciliadas en el país cuyos ingresos netos no superen las 1700 UIT.

- Tributación:

- Impuesto a la Renta: determinada de la siguiente manera

INGRESOS NETOS ANUALES	PAGOS A CUENTA
HASTA 300 UIT	1%
> 300 UIT HASTA 1700 UIT	1.50%

- Declaración jurada anual para determinar el impuesto a la renta, de acuerdo a las tasas progresivas y acumulativas que se aplican a la renta neta:

RENDA NETA ANUAL	TASAS
HASTA 15 UIT	10%
MAS DE 15 UIT	29.50%

- Impuesto General a las Ventas: grava todas las fases del ciclo de producción y distribución, está orientado a ser asumido por el consumidor final, encontrándose normalmente en el precio de compra de los productos que adquiere. Se aplica una tasa de 16% en las operaciones gravadas con el IGV. A esa tasa se añade el 2% del Impuesto de Promoción Municipal (IPM)

- Comprobantes: todos los comprobantes de pago y no hay excepciones de actividades para ser parte de este Régimen.
- Medios de pago: Pago mensual vía Formulario Virtual N° 621 - IGV - Renta Mensual; Formulario Virtual Simplificado N° 621 IGV - Renta Mensual; Declara Fácil; PDT. 621.
- Libros: Hasta 300 UIT se presentará Registro de Ventas, Registro de Compra y Libro Diario de Formato Simplificado. Mayor a 300 UIT se requiere Contabilidad completa.

### **2.13 Registro de planillas electrónicas (PLAME)**

El Registro de Planillas Electrónicas es aplicativo informático que se maneja a través del portal Web de la Sunat en el cual se encuentra la información de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación – modalidad formativa laboral y otros (practicantes), personal de terceros y derechohabientes. Además, proporciona otros datos como empleadores a los cuales destaco o desplazo personal, establecimiento con actividades de riesgo

La nueva planilla electrónica consta de dos componentes: el registro de información laboral o el t-registro y el PDT PLAME. Se ingresa con el usuario y del clave sol de la SUNAT mediante el cual sincroniza datos con T-registro. Permite elaborar y verificar la planilla mensual además de registrar las vacaciones del personal, adelantos, compensación de tiempos de servicio, bonos de productividad, etc.

Tabla 13

Detalle de Planilla Electrónica

PLANILLA ELECTRÓNICA	DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	MEDIO DE ACCESO
<b>T – REGISTRO</b>	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
<b>PLAME</b>	Planilla Mensual de Pagos	Comprende información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y derechohabientes	Se descarga el programa en <a href="http://www.sunat.gob.pe">www.sunat.gob.pe</a> , se elabora, genera archivo y envía en SUNAT Operaciones en Línea.

Fuente: SUNAT

Tabla 14

Sujetos obligados a declarar mediante Planilla Electrónica

OBLIGADOS
• Tengan a su cargo uno (1) ó más trabajadores
• Cuente con uno (1) o más prestadores de servicios y/o personal de terceros
• Paguen pensiones de jubilación, cesantía, invalidez y sobrevivencia u otra pensión, cualquiera fuera el régimen legal al cual se encuentre sujeto.
• Contraten a un personal en formación – modalidad formativa laboral..
• Cuenten con uno o más trabajadores o pensionistas que sean asegurados al Sistema Nacional de Pensiones.
• Se encuentren obligados a efectuar alguna retención de cuarta o quinta categoría
• Tengan a su cargo uno o más artistas, de acuerdo a lo previsto en la Ley N° 28131
• Hubieran contratado los servicios de una Entidad Prestadora de Salud u otorguen servicios propios conforme a los dispuesto en la Ley N° 26790
• Hubieran suscrito con el Essalud un contrato por SCTR
• Gocen de estabilidad jurídica y/o tributaria

Fuente: SUNAT

## **2.14 Régimen laboral general y laboral especial**

La Ley del trabajo aprobada por Decreto Legislativo N° 728, 27 de marzo de 1997; regula las relaciones entre trabajadores individuales y empleadores. Es a través de esta normativa legal se reglamenta el Régimen Laboral General o común aplicable en el Perú.

Mientras que el Régimen Laboral Especial creado por la Ley N° 28015 que promueve y apoya la formalización y desarrollo de las MICROEMPRESAS, facilita el acceso a los derechos laborales y de seguridad social tanto a los trabajadores como a los empleadores.

A continuación, se detallan dos cuadros comparativos extraídos del portal Web del Ministerio de Trabajo y Promoción al Empleo

<b>DERECHOS LABORALES COMUNES AL RÉGIMEN LABORAL GENERAL Y RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA</b>			
<b>BENEFICIOS DE LOS TRABAJADORES</b>	<b>RÉGIMEN LABORAL GENERAL O COMÚN</b>	<b>MICRO EMPRESA</b>	<b>PEQUEÑA EMPRESA</b>
REMUNERACIÓN MÍNIMA VITAL	Todos los trabajadores del régimen laboral de la actividad privada tienen derecho a percibir una remuneración mínima vital.		
JORNADA MÁXIMA DE TRABAJO	La jornada máxima de trabajo es de 8 horas diarias o de 48 horas a la semana como máximo. Si eres menor de edad, podrás trabajar siempre y cuando cuentes con la autorización del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y las labores no afecten tu integridad física, ni psicológica y permitan continuar con tus estudios escolares.		
DERECHO AL REFRIGERIO	Todo trabajador tiene derecho a 45 minutos de refrigerio como mínimo.		
DESCANSO SEMANAL OBLIGATORIO	Los trabajadores tienen derecho como mínimo a 24 horas consecutivas de descanso cada semana, otorgado preferentemente en día domingo. También tienen derecho a descanso remunerado en los días feriados.		
LICENCIA PRE-NATAL Y POST NATAL	Toda trabajadora gestante tiene derecho a gozar de 45 días de descanso pre-natal y 45 días de descanso post-natal. Asimismo, después tienen derecho a una hora diaria de permiso para darle de lactar a su hijo, la cual se extiende hasta cuando el menor tenga un año.		
LICENCIA POR PATERNIDAD	El trabajador tiene derecho a ausentarse del trabajo durante 4 días con ocasión del nacimiento de su hijo.		
VACACIONES TRUNCAS	Son vacaciones trucas aquellas que se dan cuando el trabajador ha cesado sin haber cumplido con el requisito de un año de servicios y el respectivo récord vacacional para generar derecho a vacaciones. En ese caso se le remunerará como vacaciones trucas tanto dozavo de la remuneración vacacional como meses efectivos haya laborado. Es preciso mencionar que para que se perciba este beneficio el trabajador debe acreditar por lo menos un mes de servicios a su empleador.		

**Figura 11. Derechos Laborales comunes del Régimen Laboral General y Especial**

Fuente: MINTRA

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

**Figura 12. Diferencias entre Régimen Laboral General y Especial**

Fuente: MINTRA

## **2.15 Modalidades de contratos laborales**

Un contrato es un acuerdo entre dos partes, que generalmente se realiza por medio escrito; en el cual las partes se comprometen recíprocamente a cumplir y respetar una serie de condiciones estipuladas.

El contrato de trabajo constituye el punto inicial de la relación laboral entre el trabajador y el empleador. Donde el trabajador se compromete a prestar sus servicios al empleador a cambio de una remuneración, la cual constituye un mecanismo de contraprestación.

En un contrato laboral deben existir tres elementos esenciales:

- Prestación personal de Servicios
- Remuneración
- Subordinación

Además, podemos resaltar algunos elementos típicos estipulados en un contrato de trabajo:

- Duración Indefinida
- Jornada a tiempo completo
- Exclusividad
- Prestación de servicios en el local del empleador

Existen diversos tipos de contrataciones laborables; sin embargo, para el caso de nuestra empresa; emplearemos el siguiente:

- Contrato a Plazo Indeterminado o Indefinido:

Se define como el contrato que tiene fecha de inicio, pero no una fecha de terminación; puede perdurar en el tiempo hasta que se produzca una causal justificada que amerite el despido del trabajador.

Se puede realizar en forma verbal, no es necesario que el trabajador exija un contrato escrito, pero sí asegurarse de estar registrado en las planillas de la empresa.

A continuación, se presenta un contrato desarrollado en TITEANDINOS E.I.R.L



## **CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO INDETERMINADO**

Conste por el presente documento, el contrato de trabajo a plazo indefinido, según lo previsto en los artículos 53° y 57° del Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo N° 728 – Ley de Productividad y Competitividad Laboral, aprobado por Decreto Supremo N° 003-97-TR-, que celebran, de na parte **TITEANDINOS E.I.R.L.**, con domicilio en Av. Lima 255 Interior 201 San Miguel, debidamente representada por su Gerente Legal Señorita Stefany Plebe Meléndez identificada con DNI. 46370299, según poder inscrito en la partida 12563831 del Registro de Personas Jurídicas de Lima, a quién en adelante se le denominará **EL EMPLEADOR**, y de la otra parte, a Señorita **XIMENA DE JESUS ALEJANDRA ANGULO ZELADITA**, domiciliada en Av. Federico Gallesi 101 San Miguel, identificada con DNI N° **46125988**, a quién en adelante se le denominará **EL TRABAJADOR**, en términos y condiciones siguientes:

### **PRIMERO: DE LAS PARTES**

La **EMPRESA** es una persona jurídica constituida bajo las leyes de la República del Perú, con fecha 10 de mayo del 2017.

**EL EMPLEADOR**, requiere contratar personal idóneo para cumplir las actividades propias de su objeto social. En este contexto **EL EMPLEADOR**, requiere contratar a un profesional para que ocupe el cargo de **Gerente de Operaciones**.

**EL TRABAJADOR** por su parte, es un profesional con formación y experiencia en el área solicitada por **LA EMPRESA**.

### **SEGUNDO: OBJETO DEL CONTRATO**

En virtud del presente Contrato, la **EMPRESA** ha decidido contratar a **EL TRABAJADOR** para que se desempeñe en el cargo de **Gerente de Operaciones**.

### **TERCERO: INICIO DE LA RELACIÓN LABORAL**

La relación de trabajo que regula el presente Contrato es por tiempo indefinido y se iniciará el 15 de mayo del 2017.

Este Contrato tiene duración indefinida. Sin perjuicio de ello, las partes podrán modificar lo convenido en el mismo y dejar constancia de ello por escrito.

**EL TRABAJADOR** declara conocer que en el supuesto de renuncia deberá cursar un pre-aviso con anticipación no menor a treinta (30) días naturales. La falta de otorgamiento de este pre-aviso dará lugar a responsabilidad por los daños y perjuicios que dicha omisión pudiera originar.

### **CUARTO: JORNADA Y HORARIO DE TRABAJO**

**EL TRABAJADOR** prestará sus servicios dentro de la jornada legal de cuarenta y ocho (48) horas semanales en los horarios que **EL EMPLEADOR** establezca atendiendo a las necesidades de servicio.

**EL TRABAJADOR** gozará de 45 minutos de refrigerio, tiempo que no forma parte integrante de la jornada legal de trabajo.

#### **QUINTO: REMUNERACIÓN**

Durante la vigencia de la relación laboral regulada por el presente Contrato, **EL TRABAJADOR** percibirá los siguientes conceptos remunerativos como contraprestación por los servicios efectivamente prestados:

**EL TRABAJADOR** percibirá una remuneración mensual equivalente a S/. 1200.00 (Mil doscientos y 00/100 nuevos soles), la misma que será abonada a la cuenta bancaria que **EL TRABAJADOR** indique.

Las retenciones y descuentos dispuestos por Ley se aplicarán mensualmente a todos los conceptos remunerativos efectivamente pagados a **EL TRABAJADOR** conforme a lo aquí indicado. En la oportunidad que corresponda, se abonarán a **EL TRABAJADOR** los beneficios legales establecidos por la legislación laboral.

#### **SEXTA: CLAUSULA DE CONFIDENCIALIDAD**

La extrema reserva de la información a la que ordinariamente accederá **EL TRABAJADOR** como ocasión al desempeño de sus funciones, hace necesario obtener un compromiso serio que garantice su protección y eventual divulgación.

Por efecto de ello, **EL TRABAJADOR** ha decidido comprometerse a no hacer uso para su beneficio personal, ni proporcionar a terceros, por ningún motivo, la información relativa a los procesos, métodos y políticas que **LA EMPRESA** emplea para el cumplimiento de la obligación que ha asumido con el Estado Peruano, y que en general sobre cualquier información relacionada con las actividades desarrolladas directamente por **LA EMPRESA** o en relación con las empresas con quienes mantiene relaciones comerciales.

El compromiso asumido en virtud de la presente sección deberá respetarse durante la vigencia de la relación laboral e inclusive en forma permanente luego de extinguido el vínculo laboral.

#### **SÉPTIMO: PROPIEDAD INTELECTUAL**

A través del presente documento, **EL TRABAJADOR** cede y transfiere a **LA EMPRESA** en forma total, íntegra y exclusiva, los derechos patrimoniales derivados de los trabajos e informes que sean realizados en cumplimiento del presente Contrato, quedando **LA EMPRESA** facultada para publicar o reproducir en forma íntegra o parcial dicha información.

En consecuencia, toda esta información creada u originada es de propiedad exclusiva de **LA EMPRESA**, quedando **EL TRABAJADOR** prohibido de reproducirla, venderla o suministrarla a cualquier persona natural o jurídica, salvo autorización de **LA EMPRESA**. Se deja constancia que información comprende inclusive las investigaciones, los borradores y los trabajos preliminares.

**EL TRABAJADOR** tampoco proporcionará información o material que se le hubiera entregado a terceros, el mismo que, una vez culminada cada labor encomendada, se deberá devolver íntegramente con los originales a **LA EMPRESA**.

**OCTAVO: FISCALIZACIÓN DEL USO DE BIENES Y HERRAMIENTAS ENTREGADAS POR LA EMPRESA**

Con el propósito de facilitar el desarrollo de la prestación comprometida, LA EMPRESA pondrá a disposición de EL TRABAJADOR los bienes y herramientas que éste requiera en razón del cargo para el que se le contrata.

En adición, LA EMPRESA asumirá el costo de una línea telefónica que le permitirá realizar llamadas, una cuenta de correo electrónico, así como acceso directo a internet.

**NOVENO: SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS**

En caso de surgir un conflicto con relación a la interpretación, ejecución, término, nulidad, etc. del presente contrato, las partes por medio de conversaciones bilaterales directas tratarán de llegar a un acuerdo dentro del más franco espíritu de colaboración y comprensión mutua. Si lo indicado no fuera posible, las partes acuerdan someterse a la competencia de los Juzgados Laborales de Lima.

**DECIMO: NORMA APLICABLE**

En todo lo no previsto por el presente contrato se estará a lo establecido por las disposiciones que regulan la contratación contenida en el Texto Único Ordenado del Decreto Legislativo N° 728, Ley de Productividad y Competitividad Laboral.

**DÉCIMO PRIMERO: DOMICILIO**

Para los efectos derivados del presente Contrato, las partes declaran que sus domicilios son los señalados en este documento. Cualquier variación de domicilio sólo tendrá efectos cinco (5) días después de ser notificada por escrito a la otra parte.

Firmado por duplicado en señal de conformidad y aprobación, el día 15 de mayo de 2017.



LA EMPRESA



EL TRABAJADOR

**Figura 13. Modelo de Contrato de Trabajo a Plazo Indeterminado**

Fuente: Elaboración propia

## 2.16 Contratos comerciales y responsabilidad civil de los accionistas

Para este punto definiremos que es un contrato comercial y que es Responsabilidad Civil. Se define al contrato comercial como un acuerdo legalmente constituido entre dos o más partes las cuales son representadas por el acreedor y el deudor; las mismas se vinculan mediante la firma del acuerdo estipulado.

Asimismo, contemplar que los contratos pueden ser escritos o verbales y ser redactados de manera formal o informal

Por otro lado, se define como Responsabilidad Civil a la obligación de resarcir un contrato que empieza como consecuencia del daño provocado por un incumplimiento del mismo.

Sea la naturaleza del contrato, por lo general, se exige el resarcimiento mediante el pago de indemnizaciones por perjuicios.

Los tipos de contratos que serán empleados por TITEANDINOS E.I.R.L son los siguientes:

- **Contrato de trabajo:** el modelo que se ha decidió emplear para nuestro negocio es Contrato a Plazo Indeterminado o Indefinido
- **Contrato de arrendamiento:** contrato por el cual una de las partes, llamada arrendador tiene la obligación de transferir temporalmente el uso de un inmueble a la otra parte, denominada arrendatario; quién a su vez está obligado a pagar un monto establecido por un plazo acordado entre ambas partes.

- **Contrato de compra-venta internacional:** Para este punto se identificará al vendedor y al comprador; los mismos que tendrán obligaciones y derechos en el momento que se concrete la negociación de un pedido.

### **3. PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL**

#### **3.1 Descripción del producto**

La alpaca presenta como nombre científico “Vicugna Pacos”; ya que, se deriva de la vicuña. Es una especie de camélido sudamericano que habita en regiones andinas, montañas, sabanas y pastizales del altiplano a una altura de 5000 metros sobre el nivel del mar. Procedente principalmente de Perú, Bolivia, Ecuador y Argentina; sin embargo, actualmente también la podemos encontrar en países como Estados Unidos, Holanda, Australia y Nueva Zelanda debido a su introducción en la década de los 80’s. De este camélido tan particular se puede obtener una fibra que es apreciada en todo el mundo por los siguientes aspectos:

#### **Propiedades principales de la fibra:**

- Alta absorción de humedad.
- Alta resistencia al fuego, casi no es inflamable.
- Alta resistencia térmica y poder aislante.
- Fibra fuerte y de buena durabilidad.
- Fácil limpieza.
- Natural impermeabilidad a la lluvia.
- Absorbe el olor

## Características principales

- Textura: calidez y ligereza especiales.
- Resistencia: es tres veces más fuerte que el pelo de la oveja.
- Hipoalergénica: no contiene lanolina, ésta es una cerna natural proveniente de algunos mamíferos cuyo contacto con algunas personas produce picazón. Por lo tanto, la lana de alpaca al no poseer este componente es considerado como una fibra antialérgica.
- Calidez: la fibra de alpaca es tres veces más caliente que la lana de oveja.
- Suavidad: más resistente al agua y tan suave como el cashmere.
- Delicadeza: el pelo de la alpaca está considerado entre los más finos del mundo.
- Sostenible: las alpacas pastan en terrenos sin pesticidas y no son alimentadas con hormonas.

Luego de esta breve introducción sobre la alpaca que es el origen y base de nuestro producto; es importante mencionar que la empresa se dedica a la elaboración y exportación de “Títeres para dedos elaborados de lana de alpaca”

Los títeres presentan las siguientes características:

- **Talla:** unisex (3 cm de diámetro y 8 cm de largo aprox.)
- **Peso unitario:** 3g

- **Modelos:** diversos y creativos; generalmente inspirados en personajes de cuentos infantiles
- **Propiedades:** duraderos y antialérgicos
- **Colores:** variados, de acuerdo al personaje



**Figura 14. Presentaciones de Títeres para dedos elaborados por TITELLER**

Fuente: Elaboración propia



### 3.1.1 Clasificación arancelaria

Una partida arancelaria es un código numérico que clasifica las mercancías a nivel internacional. Estas siguen la estructura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (“Sistema Armonizado”) establecido por la Organización Mundial de Aduanas (OMA/WCO) Este sistema de clasificación internacional del comercio de mercancías entró en vigor en 1988 en los países miembros de la OMA y contiene más de 5000 subpartidas de 6 dígitos, el cual está dividido en 21 secciones y 99 capítulos.

Nuestro producto “Títeres para dedos elaborados de lana de alpaca”, pertenece a la partida arancelaria 6006.10.00.00 “Los demás tejidos de punto de lana o pelo fino”.

TIPO DE PRODUCTO: FE ERRATAS 08.11.2014-DS.312-2014-EF-06.11.2014-LEY 29666-I						
<b>Gravámenes Vigentes</b>						<b>Valor</b>
Ad / Valorem						11%
Impuesto Selectivo al Consumo						0%
Impuesto General a las Ventas						16%
Impuesto de Promoción Municipal						2%
Derecho Especificos						N.A.
Derecho Antidumping						N.A.
Seguro						2%
Sobretasa						0%
Unidad de Medida:						(*)
6006.10.00.00 - De lana o pelo fino						
PAIS	CONVENIO INTERNACIONAL	P.NALADISA	T.MARGEN	FECHA DE VIGENCIA	ARANCEL BASE/PREFERENCIAL	PORCENTAJE LIBERADO ADV
IRLANDA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA			01/03/2013- 31/12/9999	17%	100%

**Figura 15. Partida Arancelaria Nacional**

Fuente: Arancel de Aduanas del Perú - SUNAT

Además, se puede apreciar que para nuestra partida existen acuerdos comerciales con el mercado elegido (Irlanda). De la misma forma en la web oficial de Impuestos y Aduanas en Irlanda, se encuentra un documento registrado como “2017 Combined Nomenclature” que en realidad muestra las partidas clasificadas para la Unión Europea; y es en la Sección XI donde se ha identificado nuestra partida “Other knitted or crocheted fabrics of wool or fine animal hair”

L 285/398		EN	Official Journal of the European Union
CN code	Description		
1	2		
<b>6006</b>	<b>Other knitted or crocheted fabrics:</b>		
<b>6006 10 00</b>	<b>- Of wool or fine animal hair .....</b>		

**Figura 16. Partida Arancelaria Internacional – Destino Irlanda**

Fuente: [www.revenue.ie](http://www.revenue.ie) / Classification of Goods

### 3.1.2 Propuesta de valor

Steve Blank (1953 – actualidad, conocido por la metodología Customer Development) menciona lo siguiente: “Si logras proponer productos que satisfagan más necesidades que problemas, su mercado será aún más grande”

La propuesta de valor es el factor que ocasiona que los clientes sientan favoritismo por una empresa/producto, además de buscar solucionar o satisfacer una necesidad de una manera innovadora; proporcionando una serie de beneficios a los clientes. Por lo que podemos desprender que estas ventajas comparativas pueden ser de dos tipos:

- Cualitativas: como novedad, diseño, marca, status, desempeño, personalización, comodidad, utilidad, etc.
- Cuantitativas: como precio, calidad, reducción de costos, rapidez en el servicio, etc.

TITEANDINOS E.I.R.L ha desarrollado dos propuestas de valor cualitativas:

- La primera es **diseños novedosos** porque además de brindar productos de calidad, buscamos proporcionar a las madres elementos llamativos y atractivos a los ojos de los niños; que a su vez son útiles para incentivar y activar la estimulación de ellos de una manera dinámica. Cabe mencionar que en las etiquetas de los títeres para dedos se narra una pequeña historia dinámica de cómo la materia prima llega a transformarse hasta el producto en sí.
- La segunda propuesta es **responsabilidad social**, hacemos llegar a nuestros clientes el mensaje respecto al apoyo que esta empresa otorga a las personas de sectores vulnerables; que, por lo general, son madres de muy bajos recursos, que, debido a sus condiciones, no podrían asistir a una jornada regular de trabajo y gracias a este proyecto pueden laborar desde sus casas.

Además de lo mencionado anteriormente, uno de los beneficios alternativos que otorga nuestro producto es que a partir de la interacción que se genera entre madre e hijo, permita que los vínculos entre ellos se refuercen.

Existen estudios que demuestran que el juego es una herramienta que faculta a los padres a conocer mejor a sus pequeños y enseñarle valores. A su vez, a través del juego, los niños ganan tolerancia, imaginación y felicidad. Imma Marín, pedagoga y asesora de la Fundación Crecer Jugando de España señala que “El juego es emoción, y sin emoción no hay aprendizaje”. (Imma Marín, Crecer Jugando, 2014). Además, cabe resaltar que el Artículo N° 31.1 de La Convención de los Derechos del Niño, adoptada por las Naciones Unidas en 1989, determina “el derecho del niño al descanso y al esparcimiento, al juego y a las actividades recreativas apropiadas para su edad y a participar libremente en la vida cultural y en las artes”

### 3.1.3 Ficha técnica comercial

Tabla 15

Ficha técnica de los Títeres para dedos elaborados de lana de Alpaca por TITELLER.

<b>NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO</b>	<b>TÍTERES PARA DEDOS ELABORADOS DE LANA DE ALPACA</b>	
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	6006.10.00.00	
<b>PROCEDENCIA</b>	AMERICA LATINA	
<b>FOTOGRAFÍA</b>	<b>DESCRIPCION DEL PRODUCTO</b>	
	<b>MATERIA PRIMA</b>	100% lana de alpaca
	<b>TIPO DE FIBRA</b>	De 23.1 a 26.5 micrones
	<b>INSUMOS</b>	lana de alpaca, crochet, algodón sintético, hilo
	<b>COLOR</b>	variados
	<b>TALLA</b>	unisex/ Largo: 8 cm, Ancho: 3cm
	<b>PESO NETO</b>	3 g
	<b>OTROS</b>	* Los personajes de los títeres son animales todos y personajes de cuentos infantiles. * Los títeres se presentan individualmente en bolsas ziploc de 6 x 5 cm.
<b>PROPIEDADES</b>	fibra resistente, elasticidad, suavidad, no inflamabilidad, hipoalergénica	
<b>CARACTERÍSTICAS FUNCIONALES</b>	producto utilizado como material de entretenimiento	
<b>ZONAS DE PRODUCCIÓN</b>	la lana de Alpaca se puede encontrar en Lima, Puno, Cusco, Huancavelica, Junín y Arequipa.	
<b>DISPONIBILIDAD</b>	todo el año	
<b>ALMACENAMIENTO</b>	ambiente fresco y seco	
<b>CONTRAINDICACIONES</b>	ninguna	

Fuente: Elaboración propia

### **3.2 Análisis del mercado objetivo**

Los tejidos elaborados de lana de alpaca son reconocidos y apreciados en todo el mundo debido a sus cualidades; es por ello que existen diversos países que tienden a importar grandes cantidades representadas en miles de dólares.

El presente proyecto de negocios ha elegido a Irlanda como mercado de destino en base a información importante, extraída de la Oficina Europea de Estadística (EUROSTAT), Trademap, Prompex, Sicex y Sunat. A continuación, se detalla en gráficos estadísticos, información de los mercados en los que se comercializa el producto y sus similares. En primer lugar, se ha evaluado a los países alrededor del mundo que importan productos de esta partida; en segundo lugar, los países que importan tejidos de punto desde Perú y, por último, se ha evaluado cuales son los países que tienen un mayor porcentaje de niños, que a pesar de que no son los clientes finales; son los beneficiarios del producto. Toda la información anteriormente mencionada está basada en un historial de cinco años.

Tabla 16

Países importadores para el producto: 60 Tejidos de Punto (Expresado en miles de dólares)

Item	Importadores	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015	Valor importada en 2016
1	China	3585653	3674376	3384220	3420393	3146254
2	Italia	1574630	1621549	1650216	1406966	1411516
3	Alemania	1031233	894466	830061	680525	738872
4	Hong Kong	751810	703311	681173	621778	495325
5	Japón	602520	539820	527314	490033	479481
6	Reino Unido	427635	467628	519810	462960	418746
7	Corea	332809	336228	334616	373120	384221
8	Rumania	355474	337970	351115	307097	345714
9	República Checa	310608	345773	337243	319421	338908
10	India	399393	378178	409737	362026	331498
11	Viet Nam	116105	121827	153996	165723	303322
12	EEUU	327385	312258	326549	330885	273321
13	Turquía	401514	355816	357660	291263	241472
14	Bulgaria	208511	221484	246361	222693	222189
15	Polonia	197027	189940	191033	151377	182778

Fuente: Elaboración propia –TRADEMAP

En el cuadro anterior se puede apreciar a los 15 países principales alrededor del mundo que importan tejidos de punto. En primer lugar, tenemos a China, seguido de Italia, Alemania, Hong Kong y Japón

Tabla 17

Países de la Unión Europea importadores para el producto: 60 Tejidos de Punto (Expresado en miles de dólares)

Item	Importadores	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015	Valor importada en 2016
1	Italia	1574630	1621549	1650216	1406966	1411516
2	Alemania	1031233	894466	830061	680525	738872
3	Reino Unido	427635	467628	519810	462960	418746
4	Rumania	355474	337970	351115	307097	345714
5	República Checa	310608	345773	337243	319421	338908
6	Bulgaria	208511	221484	246361	222693	222189
7	Polonia	197027	189940	191033	151377	182778
8	Francia	178791	177582	173020	141733	149460
9	Portugal	138799	131063	133658	128554	124061
10	Dinamarca	88621	97021	97314	94940	106116
11	Bélgica	137563	131733	137355	116926	105308
12	España	106165	116534	122060	98452	101724
13	Lituania	92545	97417	112858	92674	99498
14	Países Bajos	66597	73401	87807	83862	80384
15	Suecia	40655	43953	46351	42914	52651

Fuente: Elaboración propia –TRADEMAP

En el cuadro anterior se puede apreciar a los 15 países principales de Europa que importan tejidos de punto. En primer lugar, tenemos a Italia, seguido de Alemania, Reino Unido, Rumanía y República Checa.

Tabla 18

Países importadores para el producto: 60 Tejidos de Punto desde Perú (Expresado en miles de dólares)

Item	Importadores	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015	Valor importada en 2016
1	Italia	23275	24806	39978	34076	23970
2	China	19725	23949	32399	25032	19408
3	EEUU	15679	14094	19024	20336	19244
4	Uruguay	7986	13279	16474	16492	14716
5	Noruega	9723	12931	14832	16511	13423
6	Corea	4254	3424	6385	9702	7209
7	Reino Unido	5164	5080	7788	7020	7204
8	Suecia	63	44	323	166	6742
9	Alemania	3198	6404	6182	3767	6394
10	Japón	4005	3965	4965	3583	2306
11	Bolivia	2302	2153	2438	3108	1855
12	Canadá	1445	1472	1443	1604	1395
13	Irlanda	1113	1754	1249	1644	1348
14	Hong Kong	4816	4296	2966	1376	1275
15	Taipei	618	1395	1324	1636	1198

Fuente: Elaboración propia – PROMPERUSTAT/ TRADEMAP

En el cuadro anterior se puede apreciar a los 15 países principales en el mundo que importan desde Perú tejidos de punto. Encontrándose en primer lugar a Italia, China, Estados Unidos, Uruguay, Noruega y Corea.



Tabla 19

Países importadores de la Unión Europea para el producto: 60 Tejidos de Punto desde Perú  
(Expresado en miles de dólares)

Item	Importadores	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015	Valor importada en 2016
1	Italia	23275	24806	39978	34076	23970
2	Reino Unido	5164	5080	7788	7020	7204
3	Suecia	63	44	323	166	6742
4	Alemania	3198	6404	6182	3767	6394
5	Irlanda	1113	1754	1249	1644	1348
6	Dinamarca	947	1104	1049	1050	1121
7	España	222	354	684	650	784
8	Lituania	1169	2597	1991	1235	771
9	Bulgaria	0	0	0	7	655
10	Bélgica	175	284	323	182	296
11	Francia	384	390	496	354	229
12	Finlandia	308	385	474	251	216
13	Hungría	0	0	0	291	147
14	Austria	17	0	24	9	107
15	Polonia	6	28	0	0	94

Fuente: Elaboración propia – TRADEMAP

En el cuadro anterior se puede apreciar a los países que se encuentran dentro de la Unión Europea y que importan tejidos de punto desde Perú; encontrándose en primer lugar a Italia, seguido de Reino Unido, Suecia, Alemania e Irlanda.

En la SUNAT (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y Aduanera) también es posible encontrar datos de las exportaciones realizadas desde nuestro país hacia el mundo considerando nuestra partida base: 6006100000.

Específicamente, se ha tomado como referencia los envíos realizados desde la Aduana Aérea hacia el mundo y con un historial de cinco años.

Tabla 20

Exportaciones realizadas desde Perú (Aduana Aérea) hacia el mundo en base a la partida 6006100000 (Expresado en miles de dólares)

<b>2012</b>		
<b>PAIS</b>	<b>VALOR FOB</b>	<b>MES</b>
CHILE	993.3	Noviembre
GERMANY	24	Junio
USA	23.1	Julio

<b>2013</b>		
<b>PAIS</b>	<b>VALOR FOB</b>	<b>MES</b>
NORWAY	10	Enero
USA	312.5	Octubre
USA	150	Diciembre

<b>2014</b>		
<b>PAIS</b>	<b>VALOR FOB</b>	<b>MES</b>
COLOMBIA	30	Diciembre
GERMANY	152	Setiembre
UNITED KINGDOM	88	Enero
USA	3	Diciembre

<b>2015</b>		
<b>PAIS</b>	<b>VALOR FOB</b>	<b>MES</b>
CANADA	266.4	Noviembre
PANAMA	970	Mayo
USA	600	Abril
USA	80	Setiembre
USA	0.2	Diciembre

<b>2016</b>		
<b>PAIS</b>	<b>VALOR FOB</b>	<b>MES</b>
BELGIUM	3,346.50	Abril
CANADA	70	Abril
FRANCE	68	Marzo
USA	0.4	Diciembre

Fuente: Elaboración propia – SUNAT

Como se puede apreciar en el cuadro anterior; hay un crecimiento significativo en el transcurso de los años; de la misma forma es posible notar que desde el 2012 hasta el 2015 los mercados de destino son repetitivos; sin embargo, en el año 2016 interviene Bélgica y con un alto valor FOB de exportación; por lo que es posible deducir que existe la presencia de búsqueda de nuevos mercados.

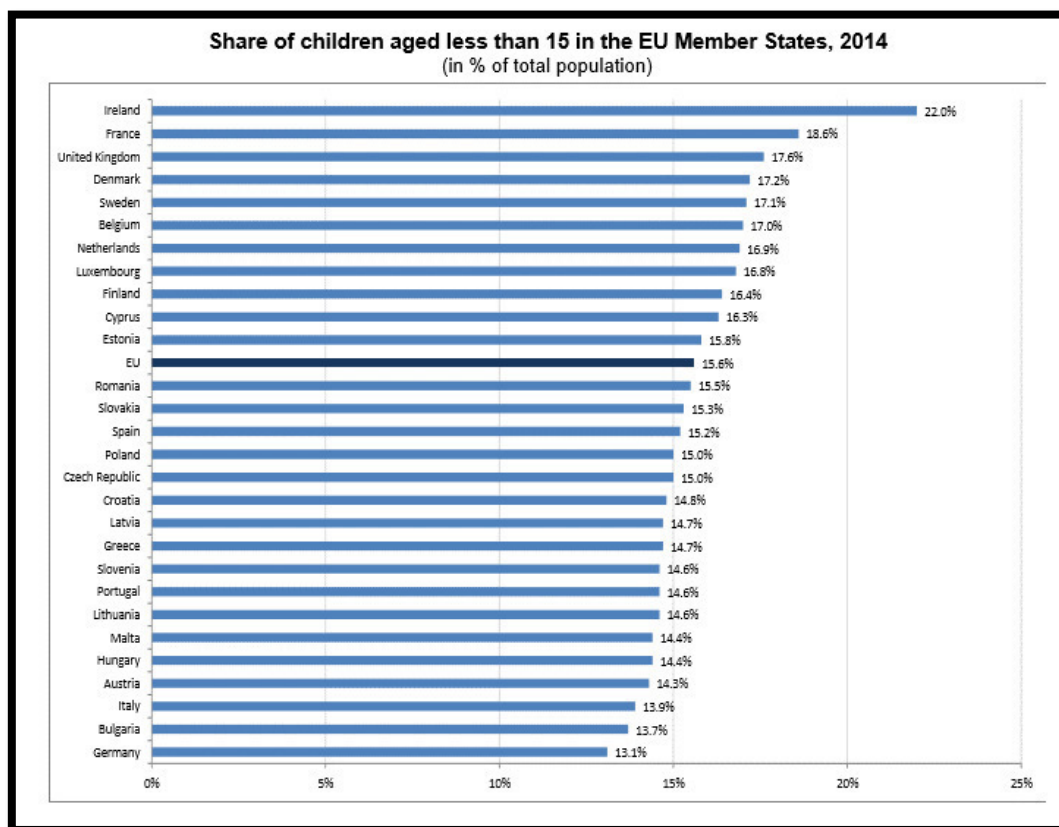
Asimismo, se evaluó el porcentaje de población infantil que existe en los países de la unión europea; ya que, según el análisis anterior, estos son recurrentes en cuanto a importaciones de tejidos de punto. Por lo tanto, según el enfoque de la empresa, éste es uno de los criterios más importantes para el estudio.

Tabla 21

Niños menores de 15 años en la Unión Europea

	1994		2014		2050	
	In thousand persons	Share in total population	In thousand persons	Share in total population	In thousand persons	Share in total population
EU*	88 628	18.6%	79 092	15.6%	78 643	15.0%
Belgium	1 831	18.1%	1 906	17.0%	2 541	17.2%
Bulgaria	1 573	18.6%	996	13.7%	813	14.1%
Czech Republic	2 010	19.4%	1 577	15.0%	1 748	15.8%
Denmark	889	17.1%	969	17.2%	1 057	16.5%
Germany	13 308	16.4%	10 607	13.1%	9 456	12.7%
Estonia	314	21.2%	208	15.8%	176	15.6%
Ireland	903	25.2%	1 013	22.0%	962	19.4%
Greece	1 888	18.0%	1 598	14.7%	1 175	12.9%
Spain	6 874	17.5%	7 067	15.2%	6 027	13.2%
France	11 819	20.0%	12 222	18.6%	12 963	17.4%
Croatia	:	:	628	14.8%	531	13.9%
Italy	8 495	14.9%	8 448	13.9%	9 153	13.6%
Cyprus	160	25.2%	140	16.3%	153	14.8%
Latvia	536	21.1%	294	14.7%	231	15.9%
Lithuania	814	22.2%	430	14.6%	316	16.6%
Luxembourg	73	18.1%	93	16.8%	183	17.4%
Hungary	1 930	18.6%	1 426	14.4%	1 336	14.3%
Malta	82	22.4%	61	14.4%	70	14.9%
Netherlands	2 816	18.4%	2 850	16.9%	2 643	15.2%
Austria	1 413	17.8%	1 219	14.3%	1 355	13.9%
Poland	9 111	23.7%	5 719	15.0%	4 583	13.2%
Portugal	1 836	18.4%	1 522	14.6%	1 023	11.5%
Romania	4 878	21.4%	3 095	15.5%	2 728	15.2%
Slovenia	379	19.1%	301	14.6%	307	14.8%
Slovakia	1 256	23.5%	830	15.3%	577	11.8%
Finland	971	19.1%	895	16.4%	1 009	16.4%
Sweden	1 636	18.7%	1 646	17.1%	2 186	17.6%
United Kingdom	11 268	19.5%	11 333	17.6%	13 341	17.3%
Iceland	66	24.8%	67	20.5%	76	18.7%
Liechtenstein	6	19.3%	6	15.2%	:	:
Norway	836	19.3%	931	18.2%	1 340	17.4%
Switzerland	1 224	17.6%	1 212	14.9%	1 664	15.3%

Fuente EUROSTAT



**Figura 17. Porcentaje de población infantil (menores de 15 años) en Unión Europea**

Fuente: EUROSTAT

Respecto a la tabla y figura anterior es posible colegir que el país que se encuentra en constante crecimiento de población infantil (menores de 15 años) es Irlanda, seguido de Francia, Reino Unido, Dinamarca, Suiza y Bélgica.

### 3.2.1 Segmentación de mercado objetivo

Irlanda es país miembro de la Unión Europea. Referente a su ubicación, se encuentra al nor-oeste de Europa y ocupa la mayor parte de la isla homónima (486 km de longitud y 275 km de ancho) puesto que su única frontera terrestre es con Irlanda del Norte. La Isla de Irlanda se divide en cuatro provincias históricas: Ulster, Munster, Leinster y Conacht que a su vez se distribuyen en 32 condados; de los cuales 26 pertenecen a la República de Irlanda. Es un país soberano que posee una democracia parlamentaria presidencial; aunque según sus antecedentes, Irlanda estuvo dominada por el Imperio Británico; logró su independencia efectiva en el año 1922 luego de una guerra de Independencia que concluyó con la firma del Tratado anglo-irlandés. Fue en 1931 que se aclaró su completa independencia legislativa, razón por la cual nació una nueva constitución en 1937. Posteriormente, en 1949 el país se declara una República y por último es el año 1973 que el Estado Irlandés se une a la Unión Europea.

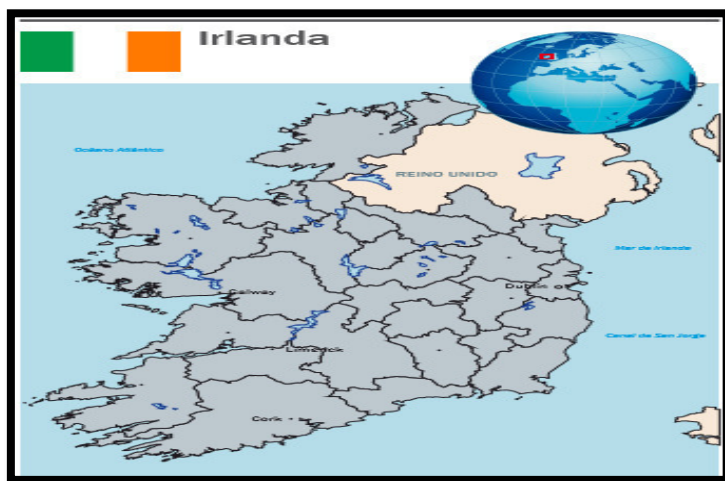
#### Irlanda en cifras

- Superficie: 70,282 km<sup>2</sup>
- Capital: Dublín
- Población: 4.757.976 (censo de abril 2016)
- Densidad de la población: 68 habitantes por Km<sup>2</sup>
- Idioma: inglés, irlandés
- Religión: cristiana (católica)

- Gobierno: República parlamentaria
- Moneda: Euro

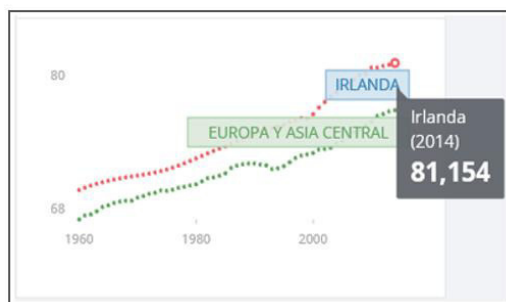
Respecto a la población de Irlanda; podemos destacar que según la Oficina Europea de Estadística (EUROSTAT), el país que posee el mayor porcentaje de población infantil (menores de 15 años) en la Unión Europea es Irlanda (22%), seguido de Francia (18.6%), Reino Unido (17.6%), Dinamarca (17.2%) y Suiza (17.1%).

El crecimiento de la población está en torno al 1,2% con un saldo migratorio del 5%. La tasa de natalidad es de algo más del 14% relativamente alta, y la fecundidad de algo más de 1,8 hijos por mujer. La tasa de mortalidad es muy baja (8%) y mucho más baja la mortalidad infantil (5%) como corresponde a un país desarrollado en el que la cobertura sanitaria de calidad abarca a toda la población. Con estos datos la esperanza de vida al nacimiento se sitúa en torno a los 81 años.



**Figura 18. Mapa de Irlanda**

Fuente: EUROSTAT



**Figura 19. Esperanza de vida al nacer en Irlanda respecto a Europa y Asia Central**

Fuente: Banco Mundial

Pais	1994	2014	2050 ▲
Irlanda	25,2	22,0	19,4
Islandia	24,8	20,5	18,7
Suecia	18,7	17,1	17,6
Francia	20,0	18,6	17,4
Luxemburgo	18,1	16,8	17,4
Noruega	19,3	18,2	17,4
Reino Unido	19,5	17,6	17,3
Bélgica	18,1	17,0	17,2
Lituania	22,2	14,6	16,6
Dinamarca	17,1	17,2	16,5

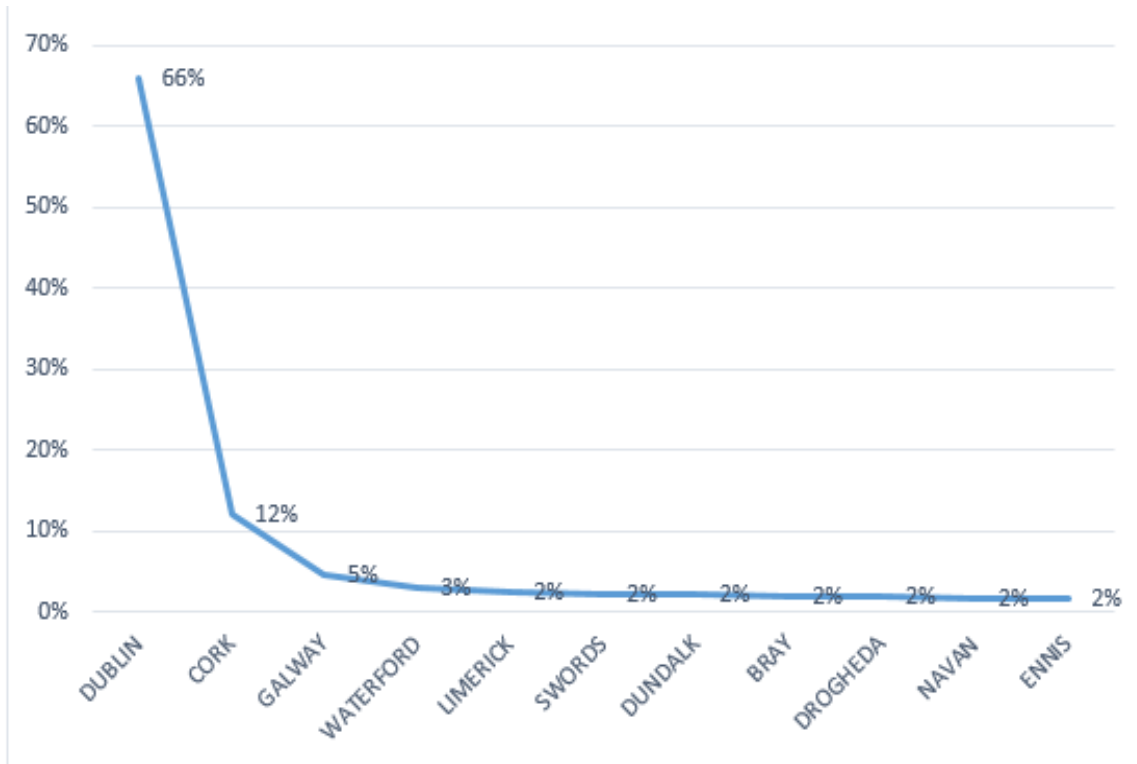
**Figura 20. Porcentaje de la población infantil menor de 15 años (Proyección 2050)**

Fuente: Banco Mundial

La esperanza de vida en Irlanda se encuentra por encima del promedio respecto a toda Europa y Asia Central; lo cual indica que hay una mayor probabilidad de albergar niños.

Irlanda posee 11 ciudades principales, siendo la más importante Dublín y la más poblada del país. Se encuentra ubicada cerca del centro de la costa este sobre el mar de Irlanda, en la desembocadura del río Liffey y en el centro del condado de Dublín.





**Figura 21. Porcentaje de población en las ciudades de Irlanda**

Fuente: Elaboración propia - EUROSTAT

Para el proyecto de la exportación de títeres para dedos elaborados de lana de alpaca el segmento escogido es “madres de niños de 0 a 5 años de la ciudad de Dublín” y una de las razones principales; debido a lo anteriormente mencionado acerca de la población de Irlanda, es que Dublín, su capital, casualmente es conocida como "la ciudad joven" la cual no sólo hace referencia a su corta historia, sino a su población; ya que cerca de la mitad tiene menos de 30 años. Por lo que a su vez esto genera que la ciudad se distinga por su modernismo, alegría y amabilidad de sus habitantes.

## Datos sobre Dublín

**Superficie:** 114.99 km<sup>2</sup>

**Población:** 1'058,265 habitantes



**Figura 22. Mapa de Dublín**

Fuente: Google MAPS

Además, es importante determinar qué porcentaje de la población de Dublín representa a las madres de niños de 0 a 05 años.

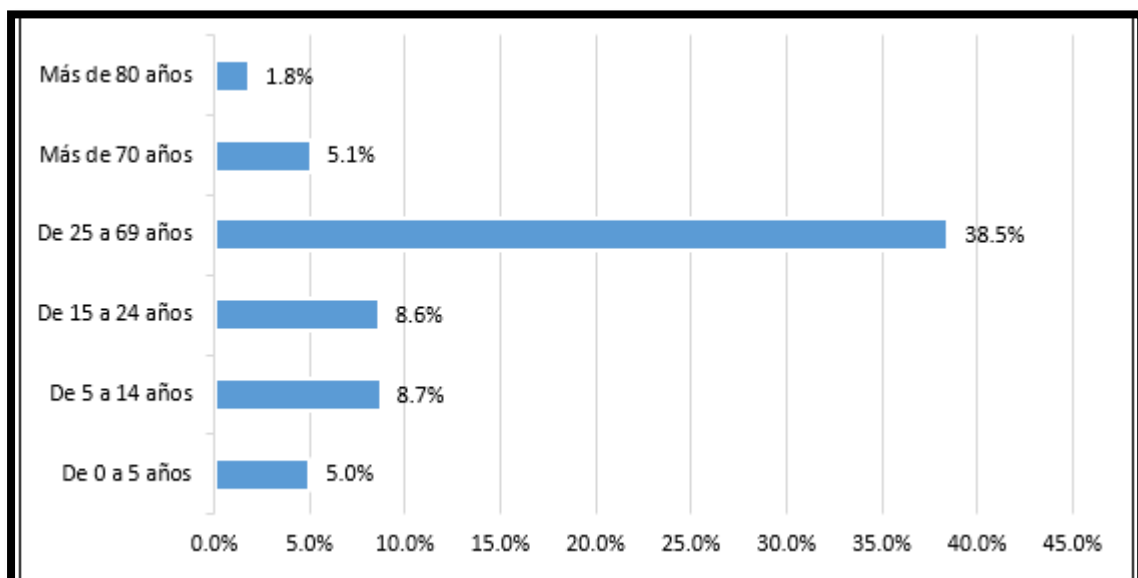
Para llegar a este dato estadístico, se tomó como base referencial la última distribución poblacional por edades en Irlanda determinada por la ONU

Tabla 22

Distribución de la población en Irlanda por edades

Menos de 5 años:	7,6%	
De 5 a 14 años:	13,2%	
De 15 a 24 años:	13,1%	
De 25 a 69 años:	58,4%	
Más de 70 años:	7,7%	
Más de 80 años:	2,8%	

Fuente: EUROSTAT



**Figura 23. Distribución de la población en Dublín por porcentaje**

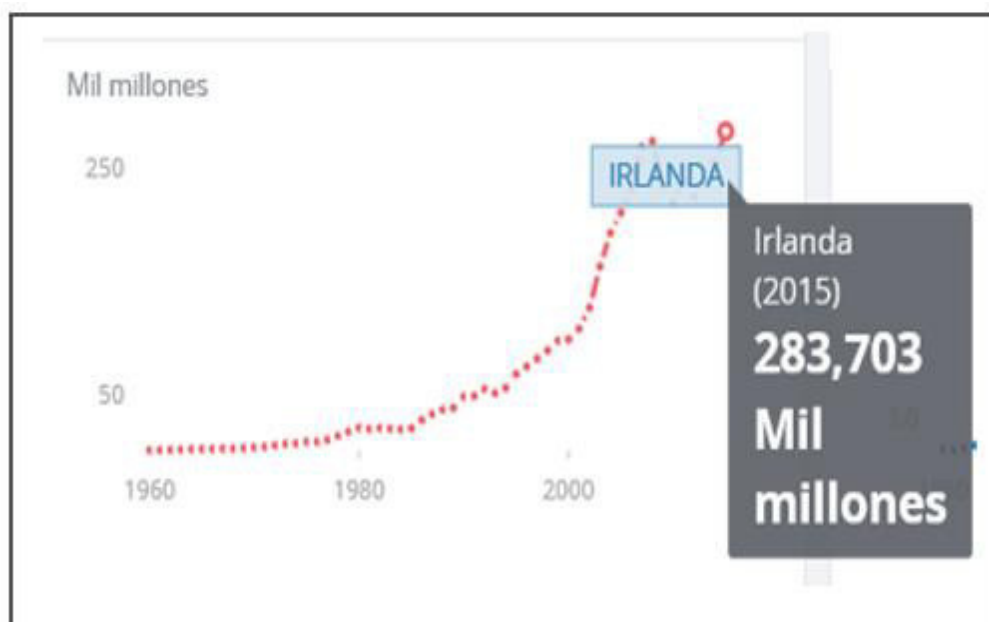
Fuente: Elaboración propia – EUROSTAT

Por lo tanto, si Dublín representa el 66% de la población total de Irlanda, podemos señalar que las madres de niños del rango seleccionado se encuentran dentro del 5% de la población total de la ciudad.

### 3.2.2 Tendencias de consumo

El comportamiento del consumidor irlandés se basa en prestarle especial atención a la calidad del producto, seguido del precio y los servicios. Por ejemplo, los jóvenes irlandeses se dejan influenciar por las marcas y la notoriedad de los productos; mientras que las personas adultas, debido a que tienen mayor poder adquisitivo, se enfocan en la calidad y marca de los productos. Los consumidores irlandeses tienden a fijarse mucho en el valor.

El consumidor irlandés presenta un perfil de fidelidad a sus marcas favoritas, pero sin dejar de ser receptivos hacia nuevo producto y generalmente la economía de Irlanda se caracteriza por ser una de las más abiertas y orientadas tanto a las inversiones como a las exportaciones; ya que es una economía mediana con el crecimiento más rápido en la Unión Europea.



**Figura 24. PBI en Irlanda expresado en USD**

Fuente: Banco Mundial

Tabla 23

Gastos de consumo por categoría en Irlanda – 2011

Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales	2011
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	21,1%
Transporte	13,0%
Hoteles, cafés y restaurantes	12,9%
Alimentos y bebidas no alcohólicas	10,2%
Ocio y cultura	7,2%
Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos	5,7%
Salud	4,9%
Muebles, electrodomésticos y mantenimiento del hogar	4,6%
Ropa y calzado	4,3%
Comunicación	3,0%
Educación	2,2%

Fuente: ONU

Lo que se puede apreciar en la tabla anterior es que los irlandeses destinan un 7,2% de sus ingresos totales a gastos en ocio y cultura; aspecto que incluye la compra de nuestro producto.

Por otro lado, las ventas a distancia han logrado captar un buen porcentaje del mercado irlandés; por lo que es importante mencionar los siguientes aspectos:

Tabla 24

Comportamiento de las ventas a distancia en Irlanda

<b>Principales formas de venta a distancia</b>	Telemarketing, e-commerce, venta por correo ( ejemplo en Perú exportafácil)
<b>Tipos de productos</b>	Industria textil, libros, CD y aparatos eléctricos, artículos de jardinería, vinos, servicios financieros y de viajes, billetes de avión y de tren, entradas de teatro, supermercados como Carrefour y Tesco, etc.
<b>Evolución del sector</b>	El volumen de negocios de la venta directa en Irlanda ascendió a 66 millones USD en 2013 (-5,7% en comparación con 2012 y -2,7% sobre los últimos 3 años). El sector emplea a cerca de 21.000 de personas. Los servicios postales tienen todavía su importancia en el sector de la venta a distancia: 25 mil millones de artículos son enviados, desde los catálogos que se envían por correo, pasando por los paquetes. Los pedidos por teléfono cuentan por cerca del 35 al 40% como media. El M-commerce (venta por teléfono móvil) es un sector emergente

Fuente: Elaboración propia /Banco Santander

### 3.3 Análisis de la oferta y la demanda

#### 3.3.1 Análisis de la oferta

La lana de alpaca es reconocida en todo el mundo; sin embargo, el Perú es el principal productor en el mundo según el Consejo Nacional de Camélidos Sudamericanos, ente dependiente del Ministerio de Agricultura. Por lo tanto, la materia prima, es un producto bandera de alta calidad y reconocida a nivel mundial.

Tabla 25

Principales países productores de lana de Alpaca






País	Porcentaje de alpacas
<b>PERÚ</b>	<b>83.75%</b>
Bolivia	11.10%
Australia	1.62%
Chile	1.20%
Estados Unidos	0.75%
Otros países	1.58%

Fuente: CONACS - MINAGRI

El producto “títeres para dedos elaborados de lana de alpaca” está considerado como un producto textil, pero puede venderse como un juguete, una artesanía o una manualidad. Por lo tanto, es importante identificar quienes son los agentes que ofrecen este tipo de productos específicamente en nuestro mercado elegido, Dublín.

Tabla 26

Principales establecimientos en sector juguetes y decoración del hogar en Dublín

SECTOR JUGUETES Y DECORACIÓN DEL HOGAR		
ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	FOTO REFERENCIAL
Nimble Fingers	Stillorgan Old Dublin Road Stillorgan, Co. Dublin Irlanda	
Tiger	North Inner City Prince's Street North Dublin, Co. Dublin Irlanda	
Mira Mira	Irishtown 3 Sandymount Green Dublin, Dublin 4 Irlanda	
Banba Toymaster	North Inner City 48 Mary Street Dublin, Dublin 1 Irlanda	
Weirs Of Baggot Street	Baggot Street 21 Upper Baggot Street Dublin 4, Dublin 4 Irlanda	

Fuente: Elaboración propia



Tabla 27

Principales establecimientos en sector artesanías y manualidades

ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	FOTO REFERENCIAL
This Is Knit	South Inner City 59 South William Street Dublín, Dublin 2 Irlanda	
Giddy Studios	Dundrum Dundrum Town Centre Dublín, Dublin 14 Irlanda	
The Art & Hobby Shop	North Inner City Jervis Street Shopping Centre Dublín, Dublin 1 Irlanda	
Cows Lane Designer Studio	Temple Bar 2 Pudding Row Dublín, Dublin 8 Irlanda	
Irish Design Shop	South Inner City 41 Drury Street Dublín, Dublin 2 Irlanda	

Fuente: Elaboración propia

### 3.3.2 Análisis de la demanda

Para estudiar la demanda de nuestro producto “títeres para dedos elaborados de lana de alpaca” determinaremos si es que Irlanda importa estos tipos de tejidos y quiénes son sus principales proveedores. Para realizar lo antes mencionado se utilizó TradeMap,

Tabla 28

Lista de mercados proveedores para el producto importado por Irlanda (Expresado en miles de dólares)

Item	Exportadores	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015	Valor importada en 2016
1	Reino Unido	11936	12096	13610	11024	8036
2	Italia	2297	2465	3260	2841	2788
3	España	677	1231	1564	1126	2034
4	Perú	793	1883	1259	1533	1740
5	Rumania	2098	2753	1891	1530	1737
6	Australia	1599	1413	1694	1324	1562
7	Bulgaria	161	107	1094	1281	1292
8	China	713	1238	981	1066	1109
9	Bélgica	777	988	532	673	486
10	Portugal	83	57	52	119	206
11	Sudafrica	191	399	150	131	149
12	Lituania	0	0	76	0	147
13	Polonia	148	339	293	202	65
14	EEUU	52	37	45	32	59
15	Alemania	98	117	57	66	52

Fuente: TRADE MAP

Como es posible notar en la tabla anterior, Perú se encuentra en cuarto lugar respecto a los países proveedores de este producto al mercado destino: Irlanda; y de la misma forma se ha mantenido en crecimiento y mostrando su máximo apogeo en el año 2013 con un valor de 1883000 dólares.

Además de lo señalado anteriormente es importante estudiar la tasa de natalidad con la finalidad de contemplar un probable segmento de mercado, ya que nuestro producto es considerado como entretenimiento infantil. Este indicador permite medir la fecundidad y revela la cantidad de niños que nacieron en un determinado año en una cierta población por cada 1000 ciudadanos. Por lo tanto, es posible decir que, si la tasa de natalidad del país X es 15 %, acontecieron 150 nacimientos al año por cada 1000 habitantes.

Según el Banco Mundial, considerando los quince países de ingresos altos que presentan la tasa de natalidad más alta en el mundo son:

Tabla 29

Tasa de natalidad de los Países de ingresos altos

Item	País	2010	2011	2012	2013	2014
1	Israel	21.8%	21.4%	21.6%	21.3%	21.3%
2	Arabia Saudita	21.8%	21.4%	21.0%	20.6%	20.1%
3	Kuwait	22.3%	21.7%	21.2%	20.6%	20.1%
4	Omán	21.3%	21.1%	20.8%	20.4%	19.9%
5	Guam	17.8%	17.6%	17.5%	17.4%	17.3%
6	Seychelles	16.8%	18.6%	18.6%	17.4%	17.0%
7	Nueva Caledonia	16.7%	16.2%	17.0%	16.8%	16.6%
8	Antigua y Barbuda	17.0%	16.8%	16.6%	16.4%	16.3%
9	Polinesia Francesa	17.0%	16.8%	16.6%	16.4%	16.2%
10	Brunei Darussalam	17.5%	17.1%	16.8%	16.4%	16.0%
11	Isla de San Martín (parte francesa)	16.8%	16.6%	16.3%	16.0%	15.7%
12	Bahamas	15.6%	15.6%	15.5%	15.3%	15.2%
13	Bahrein	16.1%	15.8%	15.4%	15.0%	14.6%
14	Irlanda	16.5%	16.2%	15.7%	15.0%	14.4%
15	Groenlandia	15.3%	14.4%	13.9%	14.5%	14.3%

Fuente: Elaboración propia

### **3.4 Estrategias de ventas y distribución**

#### **3.4.1 Estrategias de segmentación**

La principal estrategia de segmentación que se ha utilizado en este proyecto es la segmentación sociodemográfica.

La segmentación sociodemográfica permite segregar grupos de clientes o consumidores en función a características comunes entre ellos, como son la zona de residencia, el sexo, la edad, el nivel de renta, la profesión, la composición de la familia u otros. En este caso hemos elegido a “las madres de niños de 0 a 05 años de edad”

Sin embargo, además de esta estrategia; se han considerado algunas otras que fueron de útil importancia.

- Estrategia de diferenciación; la cual permite dirigir los esfuerzos comerciales a un solo segmento especializando la oferta a un determinado grupo de clientes. Por lo tanto, se ha reforzado la propuesta de valor, otorgando un producto novedoso y elaborado de lana de alpaca, la cual es una materia prima reconocida y codiciada a nivel mundial.
- Estrategia concentrada o de concentración: esta estrategia determina que efectivamente la empresa tiene conocimiento de la existencia de varios segmentos de mercado importantes, pero como no cuenta con los recursos suficientes para abastecer todos ellos al mismo tiempo; se va a concentrar en uno o en unos pocos; aquellos en los que la empresa pueda tener alguna ventaja competitiva.

### 3.4.2 Estrategias de posicionamiento

El posicionamiento se refiere a la imagen que ocupa nuestra marca o producto en la mente del consumidor y es construida a raíz de percepción que tiene el cliente de forma individual y respecto a la competencia. Algunas estrategias que hemos utilizado son las siguientes:

- Basada en los beneficios: este producto pretende hacer llegar a la mente de las madres, quienes son nuestros clientes, que el hecho de compartir un momento de entretenimiento con sus pequeños les permitirá reforzar los lazos entre ellos, además de compartir gratos momentos.
- Basada en el uso o aplicación del producto: nuestros productos tienen como finalidad el entretenimiento y la diversión en grupo.
- En base a la calidad: nuestro producto está elaborado de 100% lana de alpaca y tejida a mano por lo tanto representa un producto de alta calidad.
- Frente a la competencia: es importante señalar que las importaciones de tejidos de lana de pelo fino no superan el 1.5 millones de dólares al año y respecto a esto, Perú representa sólo un 3%; por lo que, al no haber competidores de alto impacto, es un mercado al cual se puede calificar de asequible.
- National Crafts and Design Fair: es una de las muestras más importantes de artesanías de Irlanda. Royal Dublin Society

### 3.4.3 Estrategias de distribución

Con la finalidad de poder distribuir el producto en el mercado de Dublín se optó por trabajar directamente con la ONG CASA PERU IRLAND, la cual, es una asociación que busca promover la cultura y productos peruanos en Irlanda. Hemos llegado a entablar una conexión con ellos y de esta forma, enviaremos nuestros productos a la ONG y ésta los venderá en los eventos cotidianos que realizan.



**Figura 25. Fanpage CASA PERU IRLAND**

Fuente: Facebook

### 3.5 Estrategias de promoción

Nuestro producto es elaborado de 100% alpaca, lo cual le dará un valor agregado para ser promocionado en la ciudad. Se emplearán las siguientes estrategias:

- Redes sociales: Facebook, página web, Instagram.

- Además de trabajar directamente con la ONG CASA PERU IRLAND, también entregaremos muestras a las principales bibliotecas de Dublin (Rathmines, Ballsbridge y Charleville Mall) con la finalidad de que los títeres sean utilizados en el sector infantil del establecimiento a través de la narración de cuentos.
- Dependiendo de las preferencias del cliente, las unidades podrán ser vendidas en grupo, de acuerdo a los personajes de un cuento infantil. Por ejemplo: El monstruo del lago Ness, Caperucita y el lobo, Los tres chanchitos.



**Figura 26. Modelos de títeres**

Fuente: Elaboración propia

- Se ha determinado enviar los títeres para dedos con una pequeña etiqueta que narrará en inglés una historia dinámica acerca de cómo es posible hacer llegar nuestro producto al mercado de destino. La historia que se narra en la etiqueta es la siguiente:

Texto en inglés:

“Peru owns 87% of the world alpaca population. The first shearing in an alpaca is performed when she is 18 months old; Usually done in a rustic and traditional way, using knives and all material that cuts the fiber. The washing starts the industrial process by which the fiber is released from impurities. The short hairs and small debris are then removed, the wick being uniformized. Then, using state-of-the-art technology, dyeing is continued to present the fiber in a wide range of colors. Finally, a group of weavers and manufacturers make finger puppets in different models. The same ones that travel 6120 miles during 12 hours by plane”

Texto en español:

“El Perú posee el 87% de la población alpaquera mundial. La primera esquila en una alpaca se realiza cuando tiene 18 meses de edad; por lo general, se realiza de manera rústica y tradicional, utilizando cuchillos y todo material que corte la fibra. El lavado inicia el proceso industrial por el cual se libra de impurezas a la fibra. A continuación, se eliminan los pelos cortos y restos pequeños, uniformizándose la mecha. Luego, mediante el uso de tecnología de vanguardia, se continúa con el teñido para presentar la fibra en una amplia gama de colores. Finalmente, un grupo de tejedoras y armadoras elaboran los títeres para dedos en diferentes modelos. Los mismos que viajan 6120 millas durante 12 horas vía área”



### Modelo de la etiqueta

La pequeña etiqueta está impresa en papel couche de 115 gr. y tendrá las siguientes dimensiones: Largo: 4 cm Ancho: 3cm.



**Figura 27 Modelos de etiqueta**

Fuente: Elaboración propia

### 3.6 Tamaño de la planta

El tamaño de la planta hace referencia en este caso, a la capacidad de producción que posee la empresa y el mismo ha sido estimado en 5000 unidades al mes.

El eslabón de producción son principalmente las personas tejedoras, armadoras, bordadoras y empaquetadoras que participarán en este proyecto. Las cuáles serán contactadas y atraídas a través de volantes que repartiremos en los sectores vulnerables como mercados, pueblos jóvenes, asentamientos humanos, entre otros; así como también publicaciones en periódicos populares.



**Figura 28. Modelo de volante**

Fuente: Elaboración propia

## 4. PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

### 4.1 Envases, empaques y embalaje

El producto debe ser almacenado en un área fresca y seca, alejada de fuentes de calor y olores, debe evitarse la exposición prolongada a la luz solar. La apropiada ventilación del área de almacenaje ayudará a mantener la vida útil del producto. Al momento de exportar este tipo de producto debemos tener en cuenta no sólo el envase sino el cuidado necesario al transportar la mercancía. El empaque utilizado para contener el producto son bolsas de plástico ziploc de 6cm x 5cm la cuales se cierran herméticamente

Tabla 30

Características del Empaque

<b>EMPAQUE</b>	Bolsas ZIPLOC
<b>MEDIDAS</b>	Largo: 6 cm, 5 ancho
<b>COLORES</b>	transparentes
<b>PESO</b>	0.2 gramos
<b>UNIDADES POR EMPAQUE</b>	1

Fuente: Elaboración propia

Mientras que el embalaje utilizado para contener el producto son cajas de cartón corrugado. Para casos de productos de exportación son recomendables las cajas de cartón en doble pared. Estas están compuestas por 5 papeles, 3 liners y 2 médium de esta manera dar una mayor resistencia a la compresión vertical.

Tabla 31

Características del embalaje

<b>EMBALAJE</b>	Caja de cartón corrugado
<b>MEDIDAS</b>	Largo: 60 cm, ancho: 50 cm, altura: 50 cm
<b>COLORES</b>	marrón estándar
<b>PESO</b>	320 gramos
<b>UNIDADES POR EMPAQUE</b>	02 cajas de 2500 unidades cada una

Fuente: Elaboración propia



**Figura 29. Embalaje de la carga**

Fuente: Elaboración propia

## **4.2 Diseño del rotulado y marcado**

### **4.2.1 Diseño del rotulado**

El rotulado es importante, ya que brinda al consumidor información precisa sobre las características del producto. Debe contener la siguiente información:

- Nombre o denominación del producto.
- País de fabricación.
- Contenido neto del producto, expresado en unidades de masa o volumen, según corresponda.
- Nombre y domicilio legal en el Perú del fabricante o envasador o distribuidor responsable, según corresponda, así como su número de Registro Único de Contribuyente (RUC).
- Advertencia del riesgo o peligro que pudiera derivarse de la naturaleza del producto, así como de su empleo, cuando estos sean previsibles.
- El tratamiento de urgencia en caso de daño a la salud del usuario, cuando sea aplicable.

La información detallada debe consignarse preferentemente en idioma castellano, en forma clara y en lugar visible. La información referida al país de fabricación y fecha de vencimiento debe consignarse con caracteres indelebles, en el producto, envase o empaque, dependiendo de la naturaleza del producto. Sin embargo, debido a que nuestro mercado destino es Dublin, realizaremos la etiqueta en inglés y español.



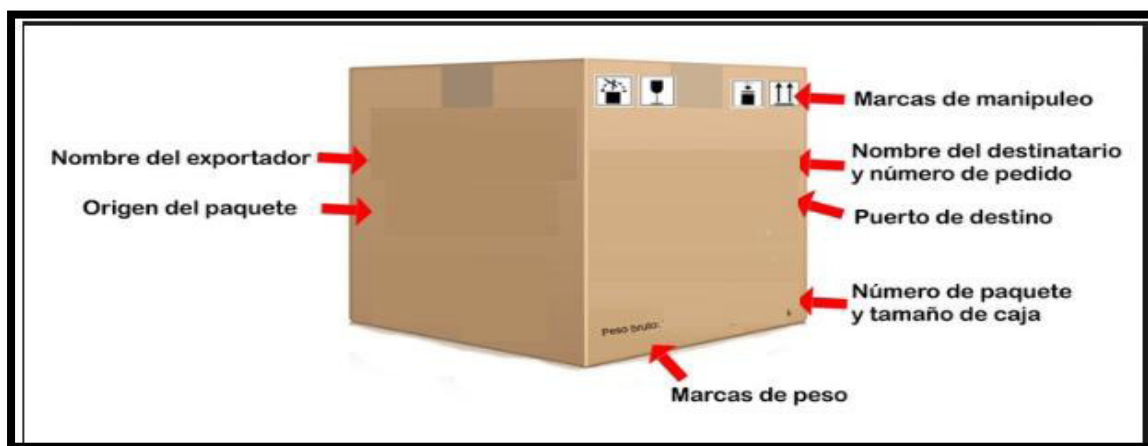
**Figura 30. Diseño del rotulado**

Fuente: Elaboración propia

#### **4.2.2 Diseño del marcado**

El marcado en el embalaje es importante para facilitar el transporte y el adecuado acopio y manipulación de la carga durante la cadena logística. Es por ello que se deben consignar los siguientes campos:

- Nombre de exportador
- País de origen
- Datos del importador
- Destino
- Símbolos pictográficos
- Numeración de bultos



**Figura 31. Diseño del marcado**

Fuente: Elaboración propia

### 4.3 Unitarización y cubicaje de la carga

El primer envío será por 5000 unidades de títeres para dedo; cada uno de ellos ira empaquetado en una bolsa ziploc y 2500 unidades irán en una caja: Por lo tanto, se utilizará lo siguiente:

Tabla 32

Características del embalaje

<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PESO UNITARIO</b>	<b>DIMENSIONES</b>
títeres	5000	3g	ancho: 3 cm, largo: 7.5 cm
bolsas ziploc	5000	0.2 g	ancho: 5 cm, largo: 6cm
cajas de cartón	2	320 g	ancho: 50 cm, largo: 60 cm, alto: 60 cm

Fuente: Elaboración propia

Para que el largo del títere (7.5 cm) pueda encajar en la bolsa ziploc (6 cm) se realizará un pequeño dobléz en la parte inferior. Además, la propiedad de elasticidad de la lana lo permite.

Lo siguiente es cubicar las unidades en la caja de cartón; para lo cual se ha determinado lo siguiente:

Tabla 33

Cubicaje de los títeres en una caja de cartón

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>N° DE BOLSAS ZIPLOC</b>	<b>OBSERVACIONES</b>	<b>10 X 10 X 25 = 2500 UNIDADES POR CAJA</b>
LARGO	60 cm	10	la bolsa ziploc tiene 6 cm de largo	
ANCHO	50 cm	10	la bolsa ziploc tiene 5 cm de ancho	
ALTO	50 cm	25	determinado por los 2 cm de diámetro de la cabeza del títere	

Fuente: Elaboración propia



Tabla 34

Peso bruto de la bolsa ziploc por unidad contenida

<b>CONCEPTO</b>	<b>PESO</b>
TITERE	3g
BOLSA ZIPLOC	0.2 g
<b>PESO BRUTO</b>	<b>3.2g</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35

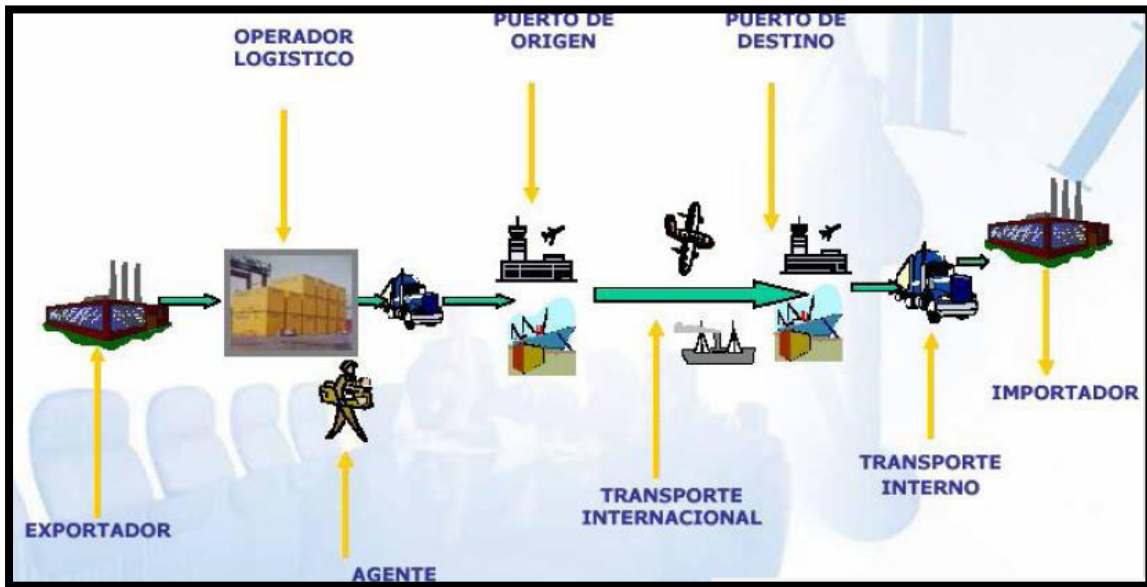
Peso total de la mercadería enviada

PESO BRUTO DE 1 BOLSA ZIPLOC CON TÍTERE	3.2 g
UNIDADES POR CAJA	2500 u
PESO NETO DE LA CAJA	16 Kg
PESO TARA DE LA CAJA	320 g
PESO BRUTO DE LA CAJA	16.32 Kg
<b>PESO TOTAL DEL ENVÍO POR 02 CAJAS</b>	<b>32.64 Kg</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.4 Cadena de DFI de exportación

Como es conocido, La Distribución Física Internacional es el conjunto de operaciones necesarias para desplazar la carga desde un punto de origen a un punto de destino



**Figura 32. Cadena de DFI**

Fuente: MINCETUR

Para nuestro producto en la cadena DFI, intervienen:

- Preparación (embalaje y marcado)
- Unitarización
- Manipuleo (en terminales, almacenes)
- Transporte (en toda la cadena de distribución)
- Documentación (facturas, certificados, documentos. de pago, etc.)
- Gestión y operación aduanera (exportación)
- Gestión y operación bancaria (bancos, agentes corresponsales)
- Gestión de Distribución (incluye personal operativo y administrativo de la empresa)

#### **4.5 Seguro de las mercancías**

Como sabemos, el traslado de mercancías implica siempre un riesgo, siendo indiferente el medio de transporte a utilizar. Para nuestro caso el aéreo.

El seguro aéreo constituye un escudo que protege al comerciante, rigiéndonos por las costumbres usadas en el comercio exterior, en el contrato de compra-venta estipulamos que el seguro corre por cuenta del comprador (importador)

## 5. PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

### 5.1 Fijación de precios

#### 5.1.1 Costos y precios

A continuación, se detallará la estructura de costos generados para lograr la exportación de títeres elaborados de lana de alpaca hacia Dublín. Cabe resaltar que nuestra empresa se dedica tanto a la producción como a la exportación. Además, los costos que se presentaran a continuación están basados en un pedido de 5000 unidades de títeres para dedo, para el cual se emplea un tiempo de producción de un mes.

Lo primero que especificaremos son las cantidades y costos necesarios para la elaboración de los títeres

Tabla 36

Costo Total de materia prima utilizada para la elaboración de 5000 títeres para dedo

<b>MATERIA PRIMA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>COSTO UNITARIO (S/.)</b>	<b>COSTO TOTAL (S/.)</b>
<b>OVILOS DE LANA DE ALPACA</b>	<b>25</b>	<b>KG</b>	<b>115</b>	<b>2875</b>

Fuente: Elaboración propia



**Figura 33. Proveedor de Lana de Alpaca**

Fuente: Artesanía Lanera Andina S.A

Entonces, es posible determinar que a fin de cubrir el pedido de 5000 unidades de títeres para dedo es necesario utilizar 25 kg de lana de alpaca, el cual incurre en un costo total de S/. 2875 soles. El mismo, está siendo considerando a un costo por mayor.

Además de la materia prima base, se requiere de insumos como el relleno, que básicamente es algodón sintético; crochés e hilos. A continuación, se detalla su uso y costo en el proceso de elaboración.

Tabla 37

Cantidad y costo de insumos necesarios para la elaboración de 5000 títeres para dedo

<b>INSUMOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>COSTO UNITARIO (S/.)</b>	<b>VALOR TOTAL (S/.)</b>
<b>HILO</b>	<b>50</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>0.1</b>	<b>5</b>
<b>CROCHETS, AGUJAS</b>	<b>7</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>1.2</b>	<b>8</b>
<b>RELLENO</b>	<b>6</b>	<b>KG</b>	<b>7.3</b>	<b>44</b>
<b>ETIQUETAS</b>	<b>5000</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>0.09</b>	<b>450</b>
<b>TOTAL</b>				<b>507</b>

Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, es posible colegir que, a fin de cubrir el pedido de 5000 unidades de títeres para dedos, incluyendo las pequeñas etiquetas donde se narra una historia dinámica de nuestro producto y son elaboradas por Industria Gráfica Artesi S.A.C, incurriremos en un costo total de S/. 507 soles en insumos adicionales.

En segundo lugar, detallaremos los costos por mano de obra.

Tabla 38

Costo total por mano de obra necesaria para la elaboración de 5000 títeres para dedo

<b>MANO DE OBRA</b>	<b>NÚMERO DE PERSONAS PARA CUBRIR EL PEDIDO</b>	<b>CAPACIDAD DE PRODUCCION (TÍTERES) POR PERSONA EN 1 MES</b>	<b>CANTIDAD DE TÍTERES</b>	<b>PAGO POR UNIDAD PRODUCIDA (S/.)</b>	<b>PAGO MENSUAL POR PERSONA (S/.)</b>	<b>COSTO TOTAL (S/.)</b>
<b>TEJEDORAS</b>	<b>5</b>	<b>1000</b>	<b>5000</b>	<b>0.3</b>	<b>300</b>	<b>1500</b>
<b>ARMADORAS</b>	<b>2</b>	<b>2500</b>	<b>5000</b>	<b>0.2</b>	<b>500</b>	<b>1000</b>
<b>BORDADORAS</b>	<b>2</b>	<b>2500</b>	<b>5000</b>	<b>0.1</b>	<b>250</b>	<b>500</b>
<b>EMPAQUETADOR A</b>	<b>2</b>	<b>2500</b>	<b>5000</b>	<b>0.1</b>	<b>250</b>	<b>500</b>
<b>TOTAL</b>						<b>3500</b>

Fuente: Elaboración propia

Respecto al cuadro anterior, se deduce que para elaborar un pedido de 5000 unidades de títeres de lana de alpaca es necesario contar con la colaboración de 11 personas como mínimo (entre tejedoras, armadoras, bordadoras y empaquetadores), las cuales recibirán un pago por unidad producida; por lo tanto, al finalizar el proceso de producción se asumirá un costo total por mano de obra de S/. 3500 soles.

Tabla 39

Estructura de Costos de Exportación de la Empresa – 1 mes

<b><u>ESTRUCTURA DE COSTOS</u></b>	<b>SOLES</b>	<b>DÓLARES</b>
<b>COSTOS DIRECTOS</b>		
Costo de materia prima	2875	884.62
Costo de insumos	507	156.48
Costo de bolsas ziploc (5 x 6 cm )	650	200
Costo de caja cartón (60 x50 x 50 cm)	3.58	1.1
Etiqueta	0.34	0.1
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS</b>	<b>4035.92</b>	<b>1242.30</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>		
<b>PLANILLA</b>		
Gerente General	1200	369.23
Gerente de Operaciones	1200	369.23
Asistente de Gerencia	850	261.54
Asesor Contable	450	138.46
<b>TOTAL PLANILLA</b>	<b>3700</b>	<b>1138.46</b>
<b>MANO DE OBRA</b>		
Tejedoras	1500	461.54
Armadoras	1000	307.69
Bordadoras	500	153.85
Empaquetadores	500	153.85
<b>TOTAL MANO DE OBRA</b>	<b>3500</b>	<b>1076.92</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
Agua	80	24.62
Luz	75	23.08
Teléfono e Internet	180	55.38
Alquiler de Oficina, almacén	850	261.54
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>1185</b>	<b>364.62</b>



<b>GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN</b>		
Análisis de Mercado	40	12.31
Publicidad	18	5.54
<b>TOTAL GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>58</b>	<b>17.85</b>
<b>GASTOS POR SERVICIOS VARIOS DE EXPORTACIÓN</b>		
Comisión Agente de Aduanas	450	138.46
Gastos Bancarios	390	120
<b>TOTAL GASTOS POR SERVICIOS VARIOS DE EXPORTACIÓN</b>	<b>840</b>	<b>258.46</b>
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>9283</b>	<b>2856.31</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>13318.92</b>	<b>4098.61</b>

Fuente: Elaboración propia

En la estructura anterior los costos considerados se encuentran en base a una producción de 5000 unidades de títeres para dedos; además es importante resaltar que el tiempo aproximado de elaboración de esta cantidad es de un mes.

Notar que se ha tomado en cuenta un tipo de cambio de 3.25 en el cálculo.

### **5.1.2 Cotización internacional**

Los detalles que serán colocados dentro de la cotización son los siguientes:

- Nombre o razón social del exportador: impreso en papel membretado
- Dirección del exportador: dirección física, apartado postal, teléfono, telefax y correo electrónico; a fin de facilitarle la respuesta al cliente por cualquiera de estos medios
- Nombre o razón social del cliente

- Dirección del cliente
- Referencias: consiste en el número de factura – proforma, el número de la carta de cotización. Generalmente utilizada para facilitar la respuesta del cliente mencionándola en su respuesta; así como también para su pronta ubicación en el archivo.
- Fecha de la Cotización: tomada como punto de referencia al indicar la validez de la cotización.
- Descripción de la mercadería: la mercadería cotizada debe estar descrita lo suficiente y necesario para identificarla y distinguirla de similares; con lo cual el cliente sabrá exactamente qué va recibir a cambio del precio que va a pagar.
- Unidad de medida o de cotización: en el caso de nuestra empresa será unidades o empaques x 4 si es que desea una entrega personalizada
- Cantidad
- Precio unitario
- Precio Total
- Moneda de cotización: dólar americano
- Término de entregase refiere a la modalidad contractual para la entrega de mercaderías. Para el caso de nuestra empresa usaremos el Incoterm FOB.

- Plazo de pago: se indicará el plazo de pago que otorgaremos a nuestro cliente, tomando como referencia la fecha de embarque; este plazo puede ser adelantado, a la vista o diferido.
- Medio de pago: carta de crédito
- Plazos de entrega: si es una primera venta y no hay experiencia previa del comportamiento del comprador se fijará dentro de los x días después de recibir la carta de crédito; en cambio, si ya existe conocimiento previo positivo del comprador se fijará dentro de los x días después de confirmado el pedido, sin desmedro de que el pago se mediante carta de crédito. Ya que para esto habrá que considerar la cantidad de pedido; puesto que el tiempo aproximado, considerado una producción de 5000 unidades, es 30 días.
- Fecha estimada de cuando se exporte el producto
- Fecha estimada de cuando llegue el producto
- Validación de la oferta: se otorga a partir de la fecha de la cotización
- Embalaje: es una buena práctica comercial indicar en la cotización, el tipo de embalaje ofrecido, de tal forma que, si el cliente solicita un embalaje diferente, estaremos en posibilidad de variar la cotización por el mayor costo del embalaje. En este caso existen dos presentaciones que podría variar a preferencia del comprador; presentación unitaria y presentación en empaques de 4 unidades.
- Firmas

**PROFORMA INVOICE**

**TITEANDINOS E.I.R.L**  
 AV LIMA 255, INT 201  
 SAN MIGUEL, LIMA PERU  
 TEL: 012634077  
 CEL: 987970320  
 EMAIL: fromteller@gmail.com

INVOICE # TL/00001  
 DATE: MAY 12 TH, 2017

**CASA PERU IRLAND LTD**  
 GORDON HOUSE BARROW STREET  
 Dublin, D04 E5W5, Dublin  
 TEL: 353 87 987 9344  
 WEB: www.casaperu.ie

FREIGHT	MINIMUM ORDER	SHIPPING METHOD	SHIPPING TERMS	PORT OF ORIGIN	PORT OF DISCHARGE	PAYMENT TERMS
Prepaid	5000 u	BY AIR	FOB	JORGE CHAVEZ, LIM	DUBLIN, DUB	100% L/C

QTY	ITEM #	DESCRIPTION	PRICE PER UNIT	PAYLOAD	LINE TOTAL
5000	FINGER PUPPETS	FINGER PUPPETS ALPACA WOOL, PACKED IN ZIPPO SACKS (7.6 x 10.1 cm), WEIGHING 1.3 g EACH.  PACKAGED IN 02 BOXES ( 40x 30x 26 cm) WEIGHING 320 g EACH. Gross weight of full box with 2500 FINGER PUPPETS ALPACA WOOL: 3.6 Kg  <b>Notice: Shipment by mid June</b>	US\$ 1.09	7.2 Kg	US\$ 5450
<b>SUBTOTAL</b>					<b>USD 5450</b>
<b>TOTAL</b>					<b>USD 5450</b>

**TERMS AND CONDITIONS:**

PAYMENT: IRREVOCABLE, CONFIRMED LETTER OF CREDIT ISSUED BY A PRIME BANK PAYABLE AT SIGHT, ALSO CONSIDER THE FOLLOWING CONDITIONS:  
 a. L/C VALIDITY: 90 DAYS  
 b. ALL CHARGES FOR APPLICANT'S ACCOUNT  
 c. TOLERANCE 5% PLUS/ 5% MINUS IN RELATION TO AMOUNT AND QUANTITY

1. ORIGINAL AWB
2. SIGNED COMMERCIAL INVOICE IN TRIPLICATE
3. CERTIFICATE OF ORIGIN
4. PACKING LIST IN TRIPLICATE

**Figura 34. Modelo de Cotización**

Fuente: Elaboración propia

## **5.2 Contrato de compra venta internacional**

**CONTRATO DE COMPRAVENTA QUE CELEBRAN POR UNA PARTE POR LA EMPRESA TITEANDINOS E.I.R.L, EN LO SUCESIVO EL VENDEDOR, Y POR OTRA PARTE LA EMPRESA CASA PERU IRLAND LTD., EN LO SUCESIVO EL COMPRADOR, AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS.**

### **DECLARACIONES**

#### ***Declara el Vendedor***

Que es una empresa con su establecimiento comercial ubicado en la Ciudad de Lima cuya acta constitutiva encuentra inscrita en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos Superintendencia de la Ciudad de Lima en el país de Perú.

Que entre sus actividades se encuentra la producción y comercialización de títeres para dedos elaborados de lana de alpaca,

#### ***Declara el Comprador***

Que es una compañía con su establecimiento comercial ubicado en la Ciudad de Dublín y cuya acta constitutiva se encuentra inscrita en European Commission.

Que desea adquirir del Vendedor 5000 unidades títeres para dedos elaborados de lana de alpaca según se describe en la cláusula Primera de Este Contrato.

**DECLARAN AMBAS PARTES,**

Que se reconocen de manera recíproca la capacidad con la que comparecen a la firma del presente contrato, y que la autoridad para celebrar el presente contrato no les ha sido limitada, revocada de cualquier forma.

Que desean obligarse conforme a las siguientes Cláusulas.

## CLÁUSULAS

**§ 1. Del Suministro.** El Vendedor suministrará al Comprador de las mercaderías identificadas como títeres para dedos elaborados de lana de alpaca en buenas condiciones.

**§ 2. Términos de Precio y Entrega.** Las mercaderías serán entregadas FOB Callao según los Incoterms 2010 publicadas por la Cámara Internacional de Comercio.

**§ 3. Monto, Forma de Pago del Precio, Intereses.** El precio a pagarse por las mercaderías. El pago se realizará mediante carta de crédito, señalando al vendedor como beneficiario, y especificando que el pago se hará contra la presentación de la factura comercial, copia del conocimiento aéreo y póliza de seguro aéreo. Si por cualquier razón la carta de crédito fuera incobrable por causa imputable al Comprador, se le aplicará un interés moratorio del 1.5% mensual sobre saldos insolutos por el tiempo que dura el retraso en el pago. El mismo interés aplicara para aquellos casos en que cualquier de las partes tenga la obligación de hacer un pago en dinero por concepto de indemnización por cualquier otra razón a la otra parte.

**§ 4. Garantías del Vendedor al Comprador.** El vendedor garantiza por un plazo de 1 año que las mercaderías se adecuan a las especificaciones señaladas por el Comprador, y que las mismas se encuentran libres de defectos.

**§5. Reclamaciones de Terceros.** El Vendedor garantiza que las mercaderías se encuentran libres de cualesquier reclamaciones de terceros, incluyendo reclamaciones derivadas de un reclamo sobre la propiedad de las mismas. Previo a la celebración del contrato el Comprador se ha cerciorado que las mercaderías del Vendedor son importables a su país o al país de destino final de las mercaderías sin infringir ningún derecho de propiedad intelectual, por lo que exonera al Vendedor de cualquier reclamo por terceros relativos a los derechos de propiedad intelectual descritos en esta cláusula.

**§ 6. Modificaciones del Contrato.** El presente contrato solo podrá modificarse por escrito firmado por ambas partes. Cualquier propuesta para su modificación deberá enviarse a los indicados en las Declaraciones indicadas al principio de este contrato. El silencio a cualquier propuesta para la modificación no tendrá el efecto de una aceptación.

**§ 7. Periodo para Inspeccionar y Notificar al Comprador Reclamaciones Relacionadas al Contrato.** A partir de que el Comprador tenga oportunidad de inspeccionar las mercaderías, deberá examinarlas dentro de un plazo no mayor de 15 días. En caso de cualquier falta de conformidad deberá dentro de los 10 días siguientes a su descubrimiento notificar al Vendedor de tal falta de conformidad por escrito, o por cualquier otro medio, incluyendo los electrónicos especificando en que consiste la falta de conformidad alegada.

**§ 8. Fuerza Mayor.** En caso de que el vendedor se encuentre impedido de cumplir con cualquier obligación derivada del contrato por acontecimientos que estén fuera de su contrato incluyendo sin limitarse, a huelgas, incendios, guerra civil, expropiación, conflicto internacional, bloqueo, o catástrofe natural, deberá notificar al Comprador tan pronto como tenga conocimiento de lo acontecido sobre su posibilidad de cumplir con el contrato, o en su caso de que lo dará por terminado sin su responsabilidad.

**§ 9. Jurisdicción y Derecho Aplicable.** Las partes están de acuerdo en que no obstante el domicilio actual o futuro de las partes, cualquier controversia que se suscite entre con relación a, o derivada del presente contrato serán resueltas por los tribunales en el país Argentina. El derecho aplicable será la Convención de Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Mercaderías

.....

### **5.3 Elección y aplicación del INCOTERM**

La Cámara de Comercio Internacional publicó en 1936 los primeros Incoterms (international commercial terms, 'términos internacionales de comercio'); los cuales, según este ente internacional, son reglas que han sido desarrolladas por expertos en conjunto con la CCI con la finalidad de evitar los constantes malentendidos y clarificar las responsabilidades, costos y riesgos involucrados en el transporte internacional de bienes. Los Incoterms son reconocidos por la UNCITRAL como el estándar mundial para la interpretación de los términos más comunes en el comercio exterior. La última versión de ellos fue publicada a mediados de septiembre del 2010, Incoterms® 2010 y entró en vigor el 1 de enero de 2011.

Para caso del presente proyecto, el Incoterm en el cual nos basaremos para realizar las negociaciones es FOB (free on board/ libre a bordo en el puerto de embarque designado).

Características principales del Incoterm FOB:

- El vendedor cumple su obligación cuando entrega la mercancía a bordo del buque designado por el comprador en el puerto de embarque designado.



- El comprador debe notificar al vendedor sobre el nombre del buque, el punto de carga y cuando sea necesario, el momento de entrega escogido dentro del plazo acordado
- El vendedor transfiere todos los costos y riesgos de pérdida o daño causados por la mercancía, cuando la entrega a bordo del buque.
- Responsabilidades del vendedor: empaque y embalaje de la mercancía, transporte de la mercancía de la fábrica al puerto de embarque designado, tramites en aduana de exportación, gastos de exportación como almacenaje y maniobras.
- Responsabilidades del comprador: flete principal (del país de exportación al país de importación), seguro del flete principal, gastos de importación (almacenaje, maniobras), trámites de aduana de importación, transporte de la mercancía desde el lugar de importación a la fábrica del comprador.

Debido a las razones antes mencionadas y puesto que la empresa es nueva dentro del rubro de la exportación, es que se ha optado en realizar las ventas en términos FOB.

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

Utilizaremos la factura comercial como principal medio de pago y el pago se realizará mediante transferencia bancaria 50% en el envío de la carga y el 50% restante cuando el producto llegue a destino. Así mismo utilizaremos como medio de cobro la carta de crédito.

A continuación, detallaremos cada una de ellas:

**La factura comercial** es el documento comercial más importante en el circuito documentario de una operación de compraventa internacional y va destinado al importador, y a la Aduana. La factura comercial es emitida por el exportador, una vez confirmada la operación de venta, para que el comprador pague el importe de los productos y servicios que se suministran. Además, es un documento contable que se utiliza como base para aplicar los derechos arancelarios al paso de las mercancías por las aduanas. De la misma forma, debemos tener en cuenta que en las operaciones de comercio internacional la factura comercial debe ser conforme también con lo estipulado en la normativa en el país de destino (contenido, idioma, obligación de legalizar, etc.)

COMMERCIAL INVOICE							
Invoice N°							
Date:							
<b>Invoice Address (no private individuals):</b>				<b>Delivery terms (Incoterms)</b>			
				FOB			
<b>Ship to (no private individuals):</b>				<b>Delivered under:</b>			
<b>Contact person:</b>				<b>Payment terms</b>			
<b>Phone:</b>							
No item	Description	Country of origin	Net weight/kg	HS Code	Qty (pieces)	Unit price, USD	Total price, USD
1.							
2.							
<b>Total</b>							
<b>Total for payment:</b>							
<b>Gross Weight, kg (total) :</b>							
<b>Signed by:</b>							

**Figura 35. Modelo de Factura**

Fuente: Elaboración propia

Mientras que **la carta de crédito**, es un instrumento de pago, sujeto a regulaciones internacionales, mediante el cual un banco (Banco Emisor) obrando por solicitud y conformidad con las instrucciones de un cliente (ordenante) debe hacer un pago a un tercero (beneficiario) contra la entrega de los documentos exigidos, siempre y cuando se cumplan los términos y condiciones de crédito. Por lo que representa uno de los medios de pago más confiables y más seguros al momento de exportar, puesto que es un compromiso escrito asumido por un banco de efectuar el pago al vendedor a su solicitud y de acuerdo con las instrucciones del comprador hasta la suma de dinero indicada, dentro de un determinado plazo y contra entrega de los documentos indicados.

Las características o descripción del contrato de crédito deben contemplar lo siguiente:

- Nombre y dirección del ordenante y beneficiario
- Monto de la carta de crédito
- Documentos a exigir, dentro de estos podemos citar: Conocimiento de embarque marítimo, Guía aérea, Factura Comercial, Lista de empaque, Certificado de origen, Lista de precios, Certificado de análisis, Certificado de Seguro
- Puntos de Salida y destino
- Fecha de vencimiento de la carta de crédito.
- Descripción de la mercancía
- Tipo de carta de crédito (Irrevocable, Confirmada, etc)
- Tipos de embarques (Parciales (permitidos o no permitidos)
- Cobertura de Seguros.
- Formas de pago
- Instrucciones especiales

En nuestro caso, hemos solicitado realizar el trámite con el Banco Interbank y los requisitos solicitados por el banco son:

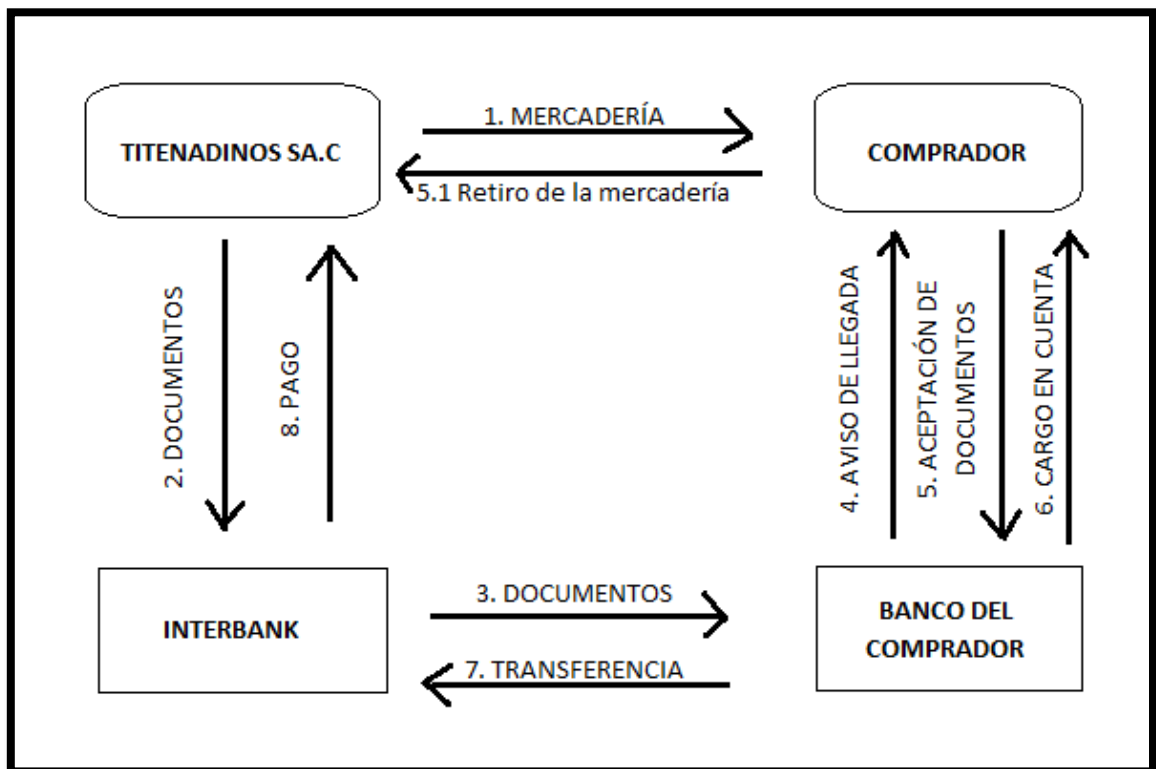
- Tener una Cuenta Corriente o Cuenta de Ahorro activa en Interbank.

- Instruir al comprador que canalice la carta de crédito a través de Interbank, indicando lo siguiente:

Nombre: Banco Internacional del Perú.

Código SWIFT: BINPPEPL.

- El costo aproximado es 120 USD.



**Figura 36. Flujo de Carta de Crédito**

Fuente: Elaboración propia

## **5.5 Elección de régimen de exportación**

El régimen al cual nos hemos acogido es Exportación Definitiva; que según la Ley General de Aduanas es el régimen aduanero que permite la salida de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior. El presente régimen no está afecta a ningún tributo. Con la finalidad de poder acogerse a este régimen es necesario que la mercancía sea embarcada dentro del plazo de treinta días calendario contado a partir del día siguiente de la numeración de la declaración. Asimismo, si en caso hubiera regularización, ésta deberá realizarse dentro del plazo de 30 días calendario, a partir del día siguiente de la fecha de término de embarque. Este procedimiento, para el caso de nuestro proyecto, está bajo la responsabilidad de nuestro Agente de Aduanas, que a su vez es nuestro Agente de Carga y serán los responsables del embarque a tiempo de la mercadería. Asimismo, si es que el valor de la mercancía no superará los 5000 USD podrán ser despachados mediante Declaración Simplificada de Exportación.

## **5.6 Gestión aduanera del comercio internacional**

En cuanto a la gestión aduanera de exportación, lo primero que se consideró como empresa fue determinar quiénes son los operadores que intervienen y facilitan el envío de nuestro producto al exterior; y debido a que nuestro producto tiene un volumen mínimo, el envío se realizará vía aérea y se ha pagado una comisión al agente de aduanas/ carga para que realice el proceso de embarque y sea nuestro representante ante la Autoridad Aduanera. Estamos contando con la colaboración de DOGANA S.A. AGENTES AFIANZADOS DE ADUANAS.

Un **Agente de Carga Internacional** es aquél que se encarga de realizar el embarque y consolidar la carga; actúa como un operador de transporte multimodal y nos apoya con la emisión del documento de transporte, que en este caso es “Air Waybill (AWB) o conocimiento aéreo”.

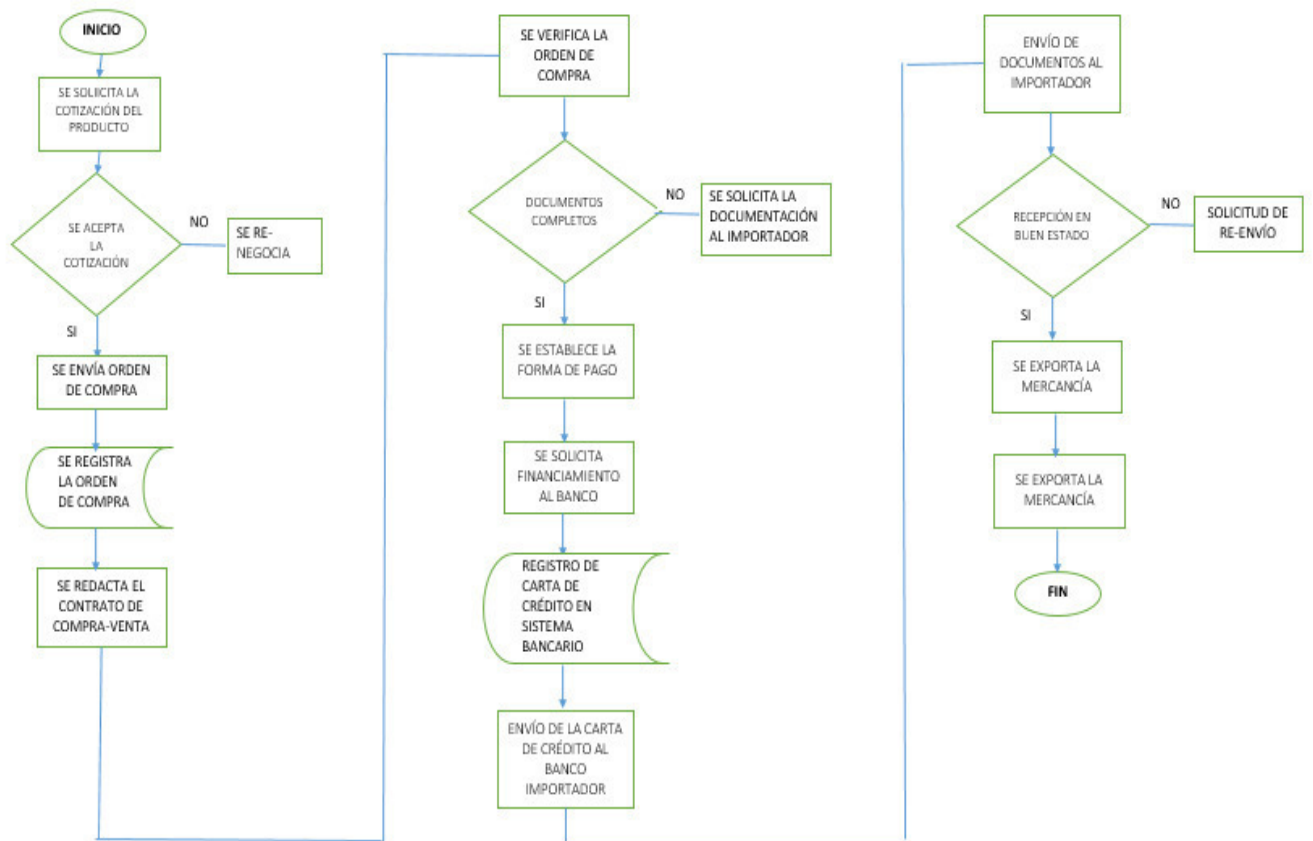
Mientras que un **Agente de Aduanas** es aquella persona natural o jurídica (en este caso jurídica, ya que es un agente de carga al mismo tiempo) que está autorizada por la Administración Aduanera para prestar servicios a terceros, en toda clase de trámites aduaneros, en las condiciones y con los requisitos que se establece en la Ley General de Aduanas (Actual 1053) y su Reglamento.

**En cuanto a documentación exigible:**

Conjuntamente con la DAM (Declaración Aduanera de Mercancías) Se requiere de los siguientes documentos:

- Copia del AWB con sello y firma del personal autorizado de la empresa de transporte (en este caso, la emitida por Dogana). Este deberá ir endosado; ya que de esta forma se acreditará el mandato a favor del despachador.
- Copia de la factura.
- Opcionales: Contrato de Compraventa Internacional, Certificado de Origen, Carta de Crédito.

**5.7 Gestión de las operaciones de exportación**



**Figura 37. Flujograma de exportaciones**

Fuente: Elaboración propia



## 6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

### 6.1 Inversión fija

#### 6.1.1 Activos tangibles

Tabla 40

Activos Tangibles de TITEANDINOS E.I.R.L

CUADRO N°1						
ACTIVOS TANGIBLES en S/.						
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA						
Item	Descripción	U.M.	Cantidad	Precio Unitario S/.	Precio Total S/.	Dólar
1	Mantenimiento de oficina	unidades	4	S/. 30.00	S/. 120.00	\$ 36.92
2	Escritorio de oficina	unidades	1	S/. 140.00	S/. 140.00	\$ 43.08
3	Silla de oficina	unidades	3	S/. 45.00	S/. 135.00	\$ 41.54
4	Portabandejas	unidades	1	S/. 12.00	S/. 12.00	\$ 3.69
5	Accesorios (pack 5)	unidades	1	S/. 30.00	S/. 30.00	\$ 9.23
6	Estante	unidades	1	S/. 80.00	S/. 80.00	\$ 24.62
7	Extintor	unidades	1	S/. 68.00	S/. 68.00	\$ 20.92
8	Primeros Auxilios	unidades	1	S/. 39.00	S/. 39.00	\$ 12.00
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA			13		S/. 624.00	\$ 192.00
EQUIPOS DE COMPUTACION						
Item	Descripción	U.M.	Cantidad	Precio Unitario S/.	Precio Total S/.	Dólar
9	Impresora Multifuncional Deskjet Ink 2135 Blanco	unidades	1	S/. 99.00	S/. 99.00	\$ 30.46
10	Laptop Lenovo 14" Intel Core i3-500U 4 GB 500 GB	unidades	1	S/. 1,300.00	S/. 1,300.00	\$ 400.00
EQUIPOS DE COMPUTACION			2		S/. 1,399.00	\$ 430.46
TOTAL DE INVERSIONES FIJAS					S/. 2,023.00	\$ 622.46

Fuente: Elaboración propia

## 6.1.2 Activos intangibles

Tabla 41

Activos Intangibles de TITEANDINOS E.I.R.L

ACTIVOS INTANGIBLES			
NO RECUPERABLES			
ITEM	DESCRIPCION	VALOR S/.	Dólar
1	ESTUDIO DEL PROYECTO	S/. 58.00	\$ 17.85
2	GASTOS DE CONSTITUCION	S/. 830.00	\$ 255.38
3	MARCA NOMBRE COMERCIAL	S/. 600.00	\$ 184.62
4	GASTOS DE PERMISOS DE EXPORTACION	S/. 325.00	\$ 100.00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS NO RECUPERABLES		S/. 1,813.00	\$ 557.85
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS RECUPERABLES		S/. -	\$ -
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		S/. 1,813.00	\$ 557.85

Fuente: Elaboración propia

## 6.2 Capital de trabajo

Tabla 42

Capital de trabajo de TITEANDINOS E.I.R.L

DETERMINACION DEL CAPITAL DE TRABAJO			
ITEM	CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO MENSUAL
1	SUELDOS	S/. 3,250.00	\$ 1,000.00
2	MANTENIMIENTO DE OFICINA	S/. 120.00	\$ 36.92
3	SERVICIOS BASICOS	S/. 335.00	\$ 103.08
4	TRANSPORTE	S/. 28.00	\$ 8.62
5	MATERIA PRIMA	S/. 4,486.12	\$ 1,380.34
TOTAL		S/. 8,219.12	\$ 2,528.96
TOTAL ANUAL		S/. 98,629.44	\$ 30,347.52

Fuente: Elaboración propia

### 6.3 Inversión total

Tabla 43

Inversión Total en Activo Fijo y Diferido de TITEANDINOS E.I.R.L

INVERSIÓN TOTAL EN ACTIVO FIJO Y DIFERIDO				
ITEM	CONCEPTO	%	COSTO	Dólar
1	ACTIVOS FIJOS		S/. 2,023.00	\$ 622.46
2	ACTIVOS DIFERIDOS		S/. 1,813.00	\$ 557.85
3	SUBTOTAL		S/. 3,836.00	\$ 1,180.31
4	IMPREVISTOS	5%	S/. 191.80	\$ 59.02
TOTAL			S/. 4,027.80	\$ 1,239.32

Fuente: Elaboración propia

Tabla 44

Plan de Inversión de TITEANDINOS E.I.R.L

PLAN DE INVERSIÓN		
ACTIVOS FIJOS	SOL	DÓLAR
MUEBLES Y ENSERES	S/. 624.00	\$ 192.00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	S/. 1,399.00	\$ 430.46
SUBTOTAL	S/. 2,023.00	\$ 622.46
ACTIVOS DIFERIDOS		
ESTUDIO DEL PROYECTO	S/. 58.00	\$ 17.85
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	S/. 830.00	\$ 255.38
PATENTE	S/. 600.00	\$ 184.62
GASTOS DE PERMISOS DE EXPORTACIÓN	S/. 325.00	\$ 100.00
SUBTOTAL	S/. 1,813.00	\$ 557.85
CAPITAL DE TRABAJO		
SUELDOS	S/. 3,250.00	\$ 1,000.00
MANTENIMIENTO DE OFICINA	S/. 120.00	\$ 36.92
SERVICIOS BÁSICOS	S/. 335.00	\$ 103.08
TRANSPORTE	S/. 28.00	\$ 8.62
PRODUCTO	S/. 4,486.12	\$ 1,380.34
SUBTOTAL	S/. 8,219.12	\$ 2,528.96
TOTAL DE INVERSIONES	S/. 12,055.12	\$ 3,709.27

Fuente: Elaboración propia

## 6.4 Estructura de inversión y financiamiento

Es importante detallar, que la financiación del presente proyecto se realizará con aportes del fundador, el cual representa un 100% de la inversión total; ya que se ha realizado un préstamo personal de 5000 dólares

Tabla 45

Financiamiento de la Inversión de TITEANDINOS E.I.R.L

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN		
CAPITAL PROPIO	100%	
CAPITAL FINANCIADA	0%	
CONCEPTO	SOL	DÓLAR
INVERSIÓN INICIAL TOTAL	S/. 12,055.12	\$ 3,709.27
CAPITAL DE TRABAJO ANUAL NECESARIO	S/. 24,657.36	\$ 7,586.88
TOTAL INVERSIÓN	S/ 36,712.48	\$ 11,296.15
CAPITAL PROPIO	S/ 36,712.48	\$ 11,296.15
INVERSIÓN TOTAL ANUAL	S/ -	\$ -

Fuente: Elaboración propia

## 6.5 Fuentes financieras y condiciones de crédito

El financiamiento fue solicitado a 3 bancos.

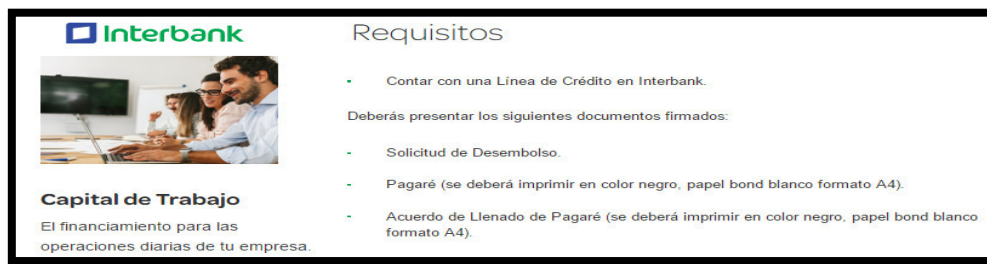
Tabla 46

Opciones de Financiación

BANCO	BANCO INTERBANK	BANCO DE CRÉDITO	BANCO CONTINENTAL
PRÉSTAMO	\$5000.00	\$5000.00	\$5000.00
TEA	21%	23%	22%

Fuente: Elaboración propia

Se financiará el 47% del proyecto con un préstamo personal de \$5000.00 otorgado por el Banco Interbank, el cual nos está brindando una TEA de 21%, para lo cual se amortizará mensualmente durante un año \$417.00 como cuota. Sin embargo, debido a que es una gestión personal, este ítem no es incluido en el estado de ganancias y pérdidas



The image is a screenshot of the Interbank website. On the left, there is the Interbank logo and a photograph of three people in an office setting. Below the photo, the text reads: **Capital de Trabajo** and 'El financiamiento para las operaciones diarias de tu empresa.' On the right side, under the heading 'Requisitos', there is a bulleted list of requirements: 'Contar con una Línea de Crédito en Interbank.', 'Deberás presentar los siguientes documentos firmados:', 'Solicitud de Desembolso.', 'Pagaré (se deberá imprimir en color negro, papel bond blanco formato A4).', and 'Acuerdo de Llenado de Pagaré (se deberá imprimir en color negro, papel bond blanco formato A4).'

**Figura 38.** Financiamiento de Capital de Trabajo en Interbank

Fuente: Interbank

## 6.6 Presupuesto de costos

A continuación, se presentan los costos que la empresa deberá asumir para llevar a cabo la gestión.

Tabla 47

Gastos de Administración de TITEANDINOS E.I.R.L

GASTOS DE ADMINISTRACION																
TITEANDINOS E.I.R.L																
Planilla de remuneraciones																
CONCEPTOS												SUELDO MINIMO	S/	850		
Nombres y Apellidos	DNI	Cargo	Centro de atencion	CUIDAD	Nº Autogenerado ESSALUD	AFP / ONP	Fecha de Ingreso	Dias laborados	Horas trabajadas	Sueldo	Total remuneración	Descuentos	Total	Neto a Pagar	Aportaciones	Total Aportaciones
												O.N.P. 13%	Descuentos		ESSALUD 9%	
Stefany Pebe	46370299	Gte General	Of. San Miguel	Lima	9006200PENES006	ONP	1-Jun-17	30	240	1,200.00	1,200.00	156.00	156.00	1,044.00	108.00	108.00
Ximena Angulo	46125988	Gte de Operaciones	Of. San Miguel	Lima	9005300ANZE008	ONP	1-Jun-17	30	240	1,200.00	1,200.00	156.00	156.00	1,044.00	108.00	108.00
Paola Diaz	45372304	Asistente de gerencia	Of. San Miguel	Lima	359302APROM003	ONP	1-Jun-17	30	240	850.00	850.00	110.50	110.50	739.50	76.50	76.50
TOTALES										3,250.00	3,250.00	422.50	422.50	2,827.50	292.50	292.50

Fuente: Elaboración propia

Tabla 48

Gastos de Oficina de TITEANDINOS E.I.R.L

SERV. BASICOS(\$)		
CONCEPTO	SOL	DÓLAR
LUZ	S/. 75.00	\$23.08
AGUA	S/. 80.00	\$24.62
TELEFONO	S/. 90.00	\$27.69
INTERNET	S/. 90.00	\$27.69

GASTOS DE OFICINA	
CONCEPTO	COSTO MENSUAL
Arriendos	S/. 850.00
servicios basicos	S/. 335.00
SUBTOTAL	S/. 1,185.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 49

Costos Administrativos de TITEANDINOS E.I.R.L

COSTOS ADMINISTRATIVOS		
CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Sueldos y salarios	S/. 3,542.50	S/. 42,510.00
Gastos de oficina	S/. 1,185.00	S/. 14,220.00
TOTAL	S/. 4,727.50	S/. 56,730.00
	\$ 1,454.62	\$ 17,455.38

Fuente: Elaboración propia

Tabla 480

Costos de Venta de TITEANDINOS E.I.R.L

COSTOS DE VENTA				
CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Transporte nacional	S/. 28.00	S/. 336.00	\$ 8.62	\$ 103.38
Agente de AduanaS / Carga DOGANA S.A	S/. 450.00	S/. 5,400.00	\$ 138.46	\$ 1,661.54
Gastos Operativos - Carta de Credito Interbank	S/. 390.00	S/. 4,680.00	\$ 120.00	\$ 1,440.00
Currier	S/. 300.00	S/. 3,600.00	\$ 92.31	\$ 1,107.69
Marketing	S/. 58.00	S/. 696.00	\$ 17.85	\$ 214.15
TOTAL	S/. 1,226.00	S/. 14,712.00	\$ 377.23	\$ 4,526.77

Fuente: Elaboración propia

Tabla 49

Costos Operacionales de TITEANDINOS E.I.R.L

COSTOS OPERACIONALES					
CONCEPTO	TOTAL ANUAL	MENSUAL	CVU	CANTIDAD	UM
ADQUISICIÓN DE MATERIA PRIMA	S/. 34,500.00	S/. 2,875.00	S/. 115.00	25	Kilogramos
HILOS /CROCHETS	S/. 160.80	S/. 13.40	S/. 0.10	57	Unidades
ETIQUETAS INDIVIDUALES	S/. 5,400.00	S/. 450.00	S/. 0.09	5000	Unidades
RELLENO (ALGODÓN SINTETICO)	S/. 525.60	S/. 43.80	S/. 7.30	6	Kilogramos
ADQUISICIÓN DE BOLSAS ZIPLOC	S/. 7,800.00	S/. 650.00	S/. 0.13	5000	Unidades
ETIQUETA	S/. 4.08	S/. 0.34	S/. 0.17	2	Unidades
CAJA DE CARTON 60 cm x 50cm x 50 cm	S/. 42.96	S/. 3.58	S/. 1.79	2	Unidades
FOB (COMISIÓN AGENTE DE ADUANAS CARGA- DOGANA S.A)	S/. 5,400.00	S/. 450.00			
COSTOS OPERACIONALES	S/. 53,833.44	S/. 4,486.12			
	\$ 16,564.14	\$ 1,380.34			

Fuente: Elaboración propia

### 6.7 Punto de equilibrio

A fin de determinar el punto de equilibrio, se considera los costos totales de operación:

Tabla 502

Costos Totales de Operación de TITEANDINOS E.I.R.L

COSTOS TOTALES DE OPERACIÓN		
CONCEPTO	COSTOS	
MATERIA PRIMA	S/. 4,486.12	\$ 1,380.34
OPERACIONES	S/. 3,250.00	\$ 1,000.00
VENTAS	S/. 1,323.00	\$ 407.08
Total Mensual	S/. 9,059.12	\$ 2,787.42

Fuente: Elaboración propia

Posterior a ello, se calculó el precio de venta de una unidad de títere para dedo elaborado de lana de alpaca, considerando una utilidad de 96%



Tabla 513

Precio de Venta de Títeres para dedo hecho de lana de alpaca en TITEANDINOS E.I.R.L

DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTA			
CONCEPTO	TOTAL		
Unidades de Mercaderia	5000		
Costo total	S/. 9,059.12	\$	2,787.42
Costo por unidad	S/. 1.81	\$	0.56
Utilidad	96%		
Precio	S/. 3.55	\$	1.09

Fuente: Elaboración propia

Además, de acuerdo a nuestro análisis de mercado, nuestro público objetivo es el 35 % del total de las madres de niños ente 0 a 5 años de edad que radican en Dublín, considerando la población total como la población femenina en la ciudad: 228179 habitantes.

Tabla 524

Público Objetivo de TITEANDINOS E.I.R.L

Poblacion Total	281,729	100%
Pob. Madres de niños de 0 a 5 años	14,086	5%
Resto	267,643	95%
Publico Objetivo	4,930	35%
Anual Proyeccion	59,163	12 Meses
Anual Real Proyectado	45,000	12 Meses

Fuente: Elaboración propia

Con la información anterior es posible calcular el punto de equilibrio

Tabla 535

Determinación del Punto de Equilibrio de TITEANDINOS E.I.R.L

DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO					
CONCEPTO	ANUAL		MENSUAL		
INGRESOS	S/.	159,975.00	S/.	13,331.25	\$ 49,223.08
COSTOS OPERACIÓN	S/.	53,833.44	S/.	4,486.12	\$ 16,564.14
COSTOS VENTAS	S/.	14,712.00	S/.	1,226.00	\$ 4,526.77
COSTOS FIJOS	S/.	56,730.00	S/.	4,727.50	\$ 17,455.38

Fuente: Elaboración propia

Donde los ingresos están determinados por el total de población real proyectado en un año multiplicado por el precio de venta.

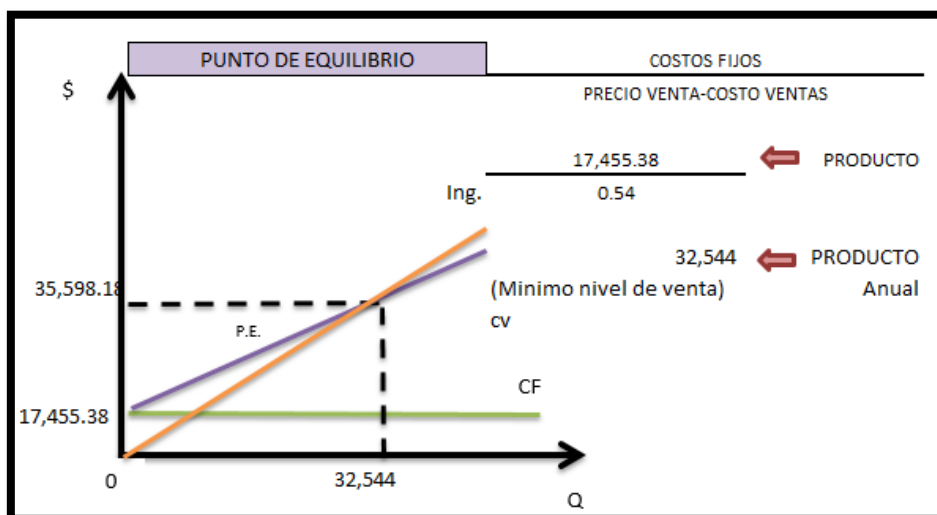


Figura 39. Cálculo del Punto de Equilibrio en TITEANDINOS E.I.R.L

Fuente: Elaboración propia

## 6.8 Tributación de la exportación

Para la exportación no se paga impuestos de salida. Todas las exportaciones se encuentran libre de impuestos.

### 6.8.1 Presupuesto de ingresos

Tabla 546

Presupuesto de Ingresos en Equilibrio Anual de TITEANDINOS E.I.R.L

PRODUCTO			
punto de equilibrio	32,544		
precio equilibrio	S/. 3.55	\$ 1.09	
ingresos en equilibrio	S/. 115,694.08	\$ 35,598.18	

Fuente: Elaboración propia

### 6.8.2 Presupuesto de egresos

Tabla 557

Presupuesto de Egresos de TITEANDINOS E.I.R.L

PRESUPUESTO DE EGRESOS					
AÑO					
CONCEPTO	1	2	3	4	5
PERSONAL ADMINISTRATIVO	\$ 12,000.00	\$ 12,360.00	\$ 12,730.80	\$ 13,112.72	\$ 13,506.11
COSTO SOCIAL	\$ 2,640.00	\$ 2,719.20	\$ 2,800.78	\$ 2,884.80	\$ 2,971.34
DEPRECIACION	\$ 126.82	\$ 126.82	\$ 126.82	\$ 126.82	\$ 126.82
ALQUILERES	\$ 3,138.46	\$ 3,138.46	\$ 3,138.46	\$ 3,138.46	\$ 3,138.46
SERVICIOS	\$ 1,236.92	\$ 1,236.92	\$ 1,236.92	\$ 1,236.92	\$ 1,236.92
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 14,640.00	\$ 15,079.20	\$ 15,531.58	\$ 15,997.52	\$ 16,477.45

Fuente: Elaboración propia

Tabla 568

Presupuesto de depreciación de TITEANDINOS E.I.R.L

PRESUPUESTO DE DEPRECIACION						
AÑO						
CONCEPTO	% DE DEP.	1	2	3	4	5
DEPRECIACION DE EQUIPOS DE COMPUTO	25%	\$ 107.62	\$ 107.62	\$ 107.62	\$ 107.62	\$ 107.62
DEPRECIACION DE MUEBLES Y ENSERES	10%	\$ 19.20	\$ 19.20	\$ 19.20	\$ 19.20	\$ 19.20
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$ 126.82	\$ 126.82	\$ 126.82	\$ 126.82	\$ 126.82

Fuente: Elaboración propia

### 6.9 Flujo de caja proyectado

Tabla 579

Flujo de Caja de TITEANDINOS E.I.R.L

FLUJO DE CAJA						
ANALISIS EN 5 AÑOS						
AÑO	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD		\$ 4,827.41	\$ 4,846.69	\$ 4,995.85	\$ 5,149.49	\$ 5,307.75
APORTE SOCIOS	\$ 11,296.15					
PRESTAMO BANCARIO	\$ -					
(+)INVERSION INICIAL	\$ 11,296.15					
PAGOS DE CAPITAL		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
SALDO	-\$ 11,296.15	\$ 4,827.41	\$ 4,846.69	\$ 4,995.85	\$ 5,149.49	\$ 5,307.75

Fuente: Elaboración propia

## 6.10 Estado de ganancias y pérdidas

Tabla 580

Estado de Ganancias y Pérdidas de TITEANDINOS E.I.R.L

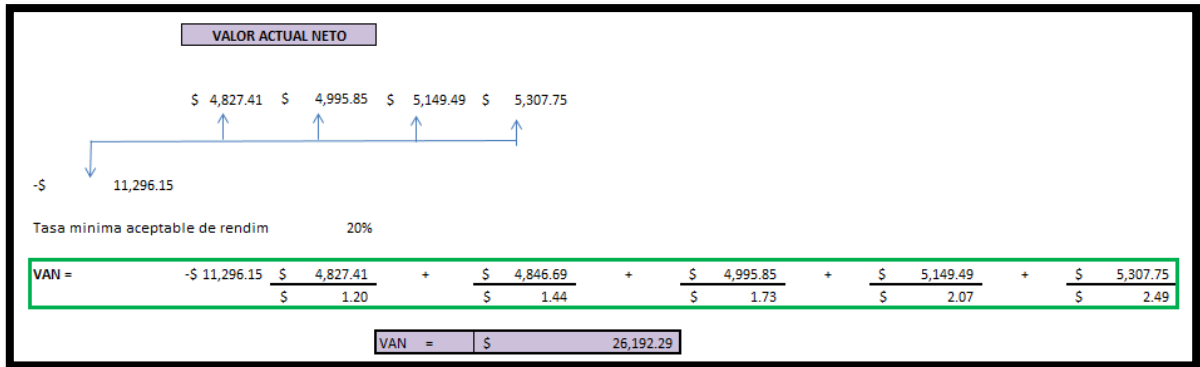
ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS					
ANÁLISIS EN 5 AÑOS					
AÑO	1	2	3	4	5
VENTAS	\$ 49,223.08	\$ 50,699.77	\$ 52,220.76	\$ 53,787.39	\$ 55,401.01
(-) COSTO DE VENTAS	\$ 21,090.90	\$ 21,723.63	\$ 22,375.34	\$ 23,046.60	\$ 23,738.00
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$ 28,132.17</b>	<b>\$ 28,976.14</b>	<b>\$ 29,845.42</b>	<b>\$ 30,740.78</b>	<b>\$ 31,663.01</b>
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 21,830.77	\$ 22,612.51	\$ 23,287.08	\$ 23,981.89	\$ 24,697.54
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 17,455.38	\$ 17,979.05	\$ 18,518.42	\$ 19,073.97	\$ 19,646.19
GASTOS DE OFICINA	\$ 4,375.38	\$ 4,506.65	\$ 4,641.85	\$ 4,781.10	\$ 4,924.53
DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS	\$ -	\$ 126.82	\$ 126.82	\$ 126.82	\$ 126.82
(-)GASTOS DE VENTAS	\$ 1,425.23	\$ 1,467.99	\$ 1,512.03	\$ 1,557.39	\$ 1,604.11
AGENTE DE ADUANA	\$ 1,661.54	\$ 1,711.38	\$ 1,762.73	\$ 1,815.61	\$ 1,870.08
GASTOS OPERATIVOS	\$ 1,440.00	\$ 1,483.20	\$ 1,527.70	\$ 1,573.53	\$ 1,620.73
CURRIER	\$ 1,107.69	\$ 1,140.92	\$ 1,175.15	\$ 1,210.41	\$ 1,246.72
MARKETING	\$ 214.15	\$ 220.58	\$ 227.20	\$ 234.01	\$ 241.03
TRANSPORTE NACIONALES	\$ 103.38	\$ 106.49	\$ 109.68	\$ 112.97	\$ 116.36
(-)GASTOS FINANCIEROS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INTERES PRESTAMO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS</b>	<b>\$ 4,876.17</b>	<b>\$ 4,895.64</b>	<b>\$ 5,046.32</b>	<b>\$ 5,201.51</b>	<b>\$ 5,361.36</b>
(-15%) PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>UTILIDAD IMPONIBLE</b>	<b>\$ 4,876.17</b>	<b>\$ 4,895.64</b>	<b>\$ 5,046.32</b>	<b>\$ 5,201.51</b>	<b>\$ 5,361.36</b>
(-1%) IMPUESTO A LA RENTA (RMT)	\$ 48.76	\$ 48.96	\$ 50.46	\$ 52.02	\$ 53.61
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 4,827.41</b>	<b>\$ 4,846.69</b>	<b>\$ 4,995.85</b>	<b>\$ 5,149.49</b>	<b>\$ 5,307.75</b>
(-X%) RESERVA LEGAL (no pertenece por ser EIRL)					
<b>UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 4,827.41</b>	<b>\$ 4,846.69</b>	<b>\$ 4,995.85</b>	<b>\$ 5,149.49</b>	<b>\$ 5,307.75</b>

Fuente: Elaboración propia

## 6.11 Evaluación de la inversión

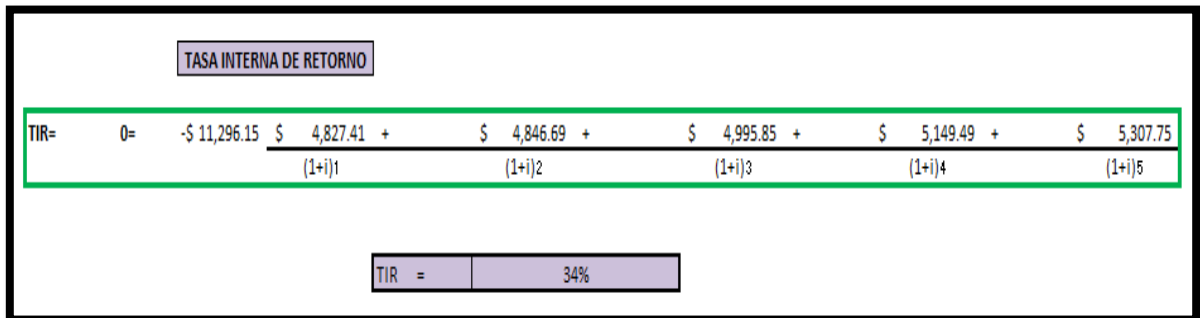
### 6.11.1 Evaluación económica

Para la evaluación económica se ha considerado el análisis de las variables VAN y TIR:



**Figura 40. Análisis del Valor Actual Neto de TITEANDINOS E.I.R.L**

Fuente: Elaboración propia



**Figura 41. Análisis de la Tasa Interna de Retorno de TITEANDINOS E.I.R.L**

Fuente: Elaboración propia

### **6.11.2 Evaluación financiera**

Con el plan financiero que se ha generado, se muestra que se está cubriendo mensualmente los gastos financieros. Con ellos cumpliremos responsablemente nuestros pagos hacia los bancos.

### **6.12 Evaluación social**

El presente proyecto está basado con un principio de responsabilidad social; puesto que, la empresa otorga apoyo a las personas de sectores vulnerables; que, por lo general, son madres de muy bajos recursos, y que, debido a sus condiciones, no podrían asistir a una jornada regular de trabajo y es gracias a este proyecto que tendrían la posibilidad de laborar desde sus casas.

### **6.13 Impacto ambiental**

La principal problemática que conoce la empresa es el lavado de la lana virgen, el cual se realiza de forma centralizada en grandes fábricas, lejos del lugar donde se obtienen las fibras. Por kg de lana lavada se obtienen entre 300 y 600 g de sustancias derivadas. Junto a las valiosas grasas de lana aprovechables para fines técnicos y cosméticos, la solución de lavado contiene también biosidas y productos similares que se han introducido en la lana de oveja, de modo que el lavado de la lana virgen representa sin duda alguna una de las mayores cargas para las aguas residuales en la industria textil. Por lo general, hoy se recupera la grasa de la lana antes de evacuar el agua. Es por ello se optado trabajar con un proveedor responsable y consiente de dicha problemática.

Además de ello, es importante conocer que una gran parte de los "desechos" que quedan al limpiar las fibras naturales deben considerarse como sustancias valiosas que, no obstante, precisan de un tratamiento adicional.

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

Con la finalidad de determinar el costo de oportunidad se han evaluado las siguientes variables:

Tabla 591

Evaluación de Costo de Oportunidad – Costo de Capital Propio

<b>CPPK</b>	<b>Costo Promedio Ponderado de Capital</b>	<b>11.56%</b>
D	Deuda	US\$ 5,000.00
E	Capital propio	US\$ 2,390.50
Kd	Costo de la deuda	21.00%
Tx	Imposición fiscal	29.50%
Kproy	Costo del Capital propio	4.76%

<b>Kproy</b>	<b>Costo de capital propio</b>	<b>4.76%</b>
Rf	Tasa libre de riesgo	0.90%
$\beta$	Beta del sector (Building Materials)	0.38
Rm – Rf	Prima por riesgo de mercado	6.50%
RP	Prima por riesgo país	1.39%

Fuente: Elaboración propia



## 6.15 Cuadro de riesgo del tipo de cambio

Se utilizará el mismo cuadro de producción de ventas, donde detallan los dos tipos de cambio: \$3.25 y \$3.15

Tabla 602

Evaluación de Riesgo del tipo de cambio

PRODUCTO	CONCEPTO		AÑO1	AÑO2	AÑO3	A	2021
TÍTERES PARA DEDOS elaborados de lana de alpaca	Unidades		5,000	5,150	5,305	5,464	5,628
	Precio Unitario	\$ 0.99	\$ 4,950.00	\$ 5,098.50	\$ 5,251.46	\$ 5,409.00	\$ 5,571.27
Total soles (TC 3.25)			16,087.50	16,570.13	17,067.23	17,579.25	18,106.62
Total soles (TC 3.15)			15,592.50	16,060.28	16,542.08	17,038.35	17,549.50
Diferencia en soles			495.00	509.85	525.15	540.90	557.13

Fuente: Elaboración propia

## **7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **7.1 Conclusiones**

- La empresa basará sus políticas empresariales en la labor social, puesto que apoyaremos a los sectores más vulnerables brindándoles un trabajo que se acomode a sus horarios; esta es la visión que se hará llegar a los clientes con la finalidad de que se sientan comprometidos al apoyo social.
- Los beneficios que posee el producto a comercializar son varios; empezado por la interacción generada principalmente en las familias, hasta el poder apreciar un producto 100% peruano de alta calidad.
- Los productos que sean realizados a 100% de la materia prima son altamente demandados por consumidores de países europeos que buscan calidad en los productos y, por lo tanto, están dispuestos a pagar un mayor precio por esto.
- El Público objetivo en estudio son madres de la ciudad de Dublín que tengan niños alrededor de 0 a 5 años; el cual ha sido determinado en un estudio en conjunto con nuestro socio y apoyo principal en dicha ciudad.
- CASA PERU IRLAND será el principal cliente de TITELLER puesto que gracias a las acciones de promoción de la cultura peruana que realizan en Dublín, ayudará a la empresa a difundir sus productos y la labor social que realiza se realiza con este negocio.

- El estudio financiero mostró que el proyecto es viable con y sin financiamiento, debido a que los indicadores financieros como el VAN y TIR se muestran positivos.

## **7.2 Recomendaciones**

- Garantizar la calidad de los productos mediante estudios de laboratorio que se realizan en el país de destino, los cuales muestran indicadores de la calidad del producto y de que tan bueno es para el manipuleo de los infantes. De esta manera se le dará un valor agregado al producto.
- Investigar nuevos productos que se puedan realizar con la materia prima base “lana de alpaca” con la finalidad de introducirse en otra industria.
- Registrar la marca en MINCETUR como MARCA PERÚ, la cual permita identificarnos en el Mercado destino como un producto de alta calidad 100 % peruano
- Considerar intervenir en grandes ferias europeas de textil y moda; así como adentrarnos en los mercadillos artesanales con la finalidad de conseguir clientes potenciales
- Evaluar semestralmente los índices financieros con la finalidad de conocer la base real de la empresa.

## REFERENCIAS

1. Banco Mundial (2017). *Datos Irlanda*. Obtenido de BANCO MUNDIAL:  
<http://datos.bancomundial.org/pais/irlanda>
2. Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (2017). *Indicadores Irlanda*. Obtenido de PROMPERU:  
[www.promperu.gob.pe/.../Uploads\\_mercados\\_y\\_segmentos\\_rep\\_paises\\_priorizados](http://www.promperu.gob.pe/.../Uploads_mercados_y_segmentos_rep_paises_priorizados)  
[ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Population\\_statistics\\_at.../es](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Population_statistics_at.../es)  
<http://e-consultaruc.sunat.gob.pe/cl-ti-itmrconsruc/jcrS00Alias>  
<https://indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/busqueda-de-antecedentes- foneticos>
3. Información sobre Comercio Exterior y exportaciones peruanas (2016). *Estadísticas*. Obtenido de SIICEX:  
[www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?\\_page=845.00000](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page=845.00000)
4. Instituto Nacional de Defensa Civil (2017). *Requisitos para Certificado de Inspección Técnica*. Obtenido de INDECI:  
[www.indeci.gob.pe/validacion\\_certificado.php](http://www.indeci.gob.pe/validacion_certificado.php)
5. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2017). *Ley Marco de Licencia de Funcionamiento*. Obtenido de INDECOPI: <https://indecopi.gob.pe/web/...de.../ley-de-marco-de-licencias-de-funcionamiento>

6. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2017). *Registro de Marca*. Obtenido de INDECOPI:  
<https://indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
7. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2017). *Búsqueda de antecedentes*. Obtenido de INDECOPI: }
8. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2017). *Registro de nombre comercial*. Obtenido de INDECOPI:  
<https://indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/nombre-comercial>
9. Irish Tax & Customs (2017). *Statistics on income, tax and duties*. Obtenido de REVENUE: <http://www.revenue.ie/en/Home.aspx#>
10. Ministerio de Trabajo y Promoción al Empleo (2016). *Régimen laboral General y Especial*. Obtenido de MINTRA:  
[www.mintra.gob.pe/.../COMPENDIO\\_NORMAS\\_LABORALES\\_MINTRA\\_2013.pdf](http://www.mintra.gob.pe/.../COMPENDIO_NORMAS_LABORALES_MINTRA_2013.pdf)
11. Oficina Europea de Estadística (2015) *Indicadores Estadísticos Básicos*. Obtenido de EUROSTATIC: [ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/)
12. Oficina Europea de Estadística (2015). *Indicadores de Población en Irlanda*. Obtenido de EUROSTATIC:
13. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (2009). *Consulta RUC*. Obtenido de SUNAT:

14. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (2009). *Concepto PDT - PLAME*. Obtenido de SUNAT:  
[http://www2.sunat.gob.pe/pdt/modulos\\_independientes.html](http://www2.sunat.gob.pe/pdt/modulos_independientes.html)
15. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (2009). *Exportación Definitiva*. Obtenido de SUNAT:  
<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/despa-pg.02.htm>
16. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (2009). *Régimen Tributario*. Obtenido de SUNAT:  
<http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimen-mype-tributario>
17. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (2009). *Tratamiento Arancelario*. Obtenido de SUNAT: [www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias](http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias)
18. Superintendencia Nacional de Registros Públicos (2017). *Servicio de Publicidad Registral en Línea*. Obtenido de SUNARP:  
<https://www.sunarp.gob.pe/seccion/servicios/detalles/0/a3.html>
19. TradeMap (2015). *Indicadores*. Obtenido de TRADEMAP:  
<http://www.trademap.org/Index.aspx>
20. World Customs Organization (2017). *Harmonized System Database*. Obtenido de WCO: <http://www.wcoomd.org/en/topics/nomenclature/instrument-and-tools/tools-to-assist-with-the-classification-in-the-hs/hs-online.aspx>

